

# Jugendliche und ihre Medienhelden

Eine empirische Studie zur Wahrnehmung von Fernsehhelden  
und Lieblingsserien bei Jugendlichen

Inaugural-Dissertation  
zur Erlangung des Doktorgrades an der Sozialwissenschaftlichen Fakultät  
der Ludwig-Maximilians-Universität München

vorgelegt von  
Karin Lattner

2019

Erstgutachter/in: Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius

Zweitgutachter/in: Prof. Dr. Michael Meyen

Tag der mündlichen Prüfung: 26.06.2019

## ***Inhaltsverzeichnis***

1. Einleitung.....	1
2. Jugendliche, Medienhelden und Medien im Alltag .....	5
2.1 Medienhelden und ihre Rolle für die Jugendlichen.....	5
2.1.1 Helden, Idole, Vorbilder und andere Lieblingspersonen.....	5
2.1.2 Jugendliche und Vorbilder .....	7
2.1.3 Jugend und die Zielgruppe: Pre-Teens von 11 bis 13 Jahren .....	10
2.2 Jugendliche Identitätsbildung und Entwicklungsaufgaben .....	11
2.2.1 Entwicklungsaufgaben von Pre-Teens.....	11
2.2.2 Identität und Identitätsbildung.....	14
2.2.3 Identitätsbildung und Medien.....	15
2.3 Medien und der Alltag der Jugendlichen.....	17
2.3.1 Medienhandeln.....	18
2.3.2 Medienaneignung.....	20
2.3.3 Medienkompetenz .....	21
2.4 Forschung zum Thema Jugendliche und Medienhelden .....	22
2.4.1 Programmangebot trifft auf reale Erfahrungen und Bedürfnisse .....	23
2.4.2 Subjektive Perspektive und thematische Voreingenommenheit.....	24
2.4.3 Lebensweltliche Einflüsse und mediale Vorlieben .....	26
2.4.4 Medienhandlungstypen .....	27
2.4.5 Werte, Normen und lebensweltlicher Hintergrund.....	29
2.4.6 Verschränkung von Medienerlebnissen und Lebenswelt .....	30
2.4.7 Identifikationswunsch und Ähnlichkeiten.....	31
2.4.8 Analogien mit Vergleichspersonen und parasozialen Interaktionspartnern ..	33
2.4.9 Aneignungsmodi: Identitätsthemen und Eigensinn bei der Rezeption.....	35
2.4.10 Gebrauchswertprofile .....	36
2.4.11 Typische Beziehungsmuster zu Lieblings- und Identifikationsfiguren.....	38
2.4.12 Handlungsleitende Themen.....	40
2.4.13 Anknüpfungspunkte für aktuelle Themen, Werte und Einstellungen .....	41
2.4.14 Rollenvorbilder .....	42
2.5 Offene Fragen und Zielsetzung der vorliegenden Studie .....	43
3. Verortung in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft .....	45
3.1 Prämissen für die Verortung dieser Studie.....	45
3.1.1 Mediennutzung und Medienwirkungen .....	45
3.1.2 Kausalität und Kausalitätsrichtung.....	47
3.1.3 Aktive Rezipienten.....	48

3.1.4	Erweiterung der rezipientenorientierten Perspektive .....	49
3.1.5	Interdisziplinäre Integration von Theorien .....	50
3.2	TV-Formatforschung: Einflussfaktoren und der Grad ihrer Bewusstheit .....	52
3.2.1	TV-Formatforschung .....	52
3.2.2	Modell der TV-Formatforschung .....	55
3.2.3	Rezipientenbedürfnisse nach Bewusstheit .....	56
3.2.4	Verwendung für die vorliegende Studie .....	56
3.3	Uses & Gratifications .....	57
3.3.1	Kritik am U&G-Ansatz .....	59
3.3.2	Kognitive und emotionsbezogene Motive .....	61
3.3.3	Verwendung für die vorliegende Studie .....	65
3.4	Sozialpsychologische Prozesse .....	66
3.4.1	Sozial-kognitive Lerntheorie .....	66
3.4.2	Sozialer Vergleich .....	68
3.4.3	Parasoziale Interaktion (PSI) und Beziehungen (PSB) .....	70
3.4.4	Verwendung für die vorliegende Studie .....	72
3.5	Tiefenpsychologische Mechanismen .....	73
3.5.1	Identifikation und Introjektion .....	73
3.5.2	Projektion und Übertragung .....	75
3.5.3	Verwendung für die vorliegende Studie .....	77
3.6	Transaktionsanalytische Theorie .....	77
3.6.1	Bezugsrahmen .....	78
3.6.2	Lebensskript .....	81
3.6.3	Lebenspositionen und Grundüberzeugungen .....	83
3.6.4	Einschärfungen und Antreiber .....	86
3.6.5	Persönlichkeitstypen und Problemlösungsstrategien .....	88
3.6.6	Zuwendung, Beziehungsbedürfnisse .....	90
3.6.7	Verwendung für die vorliegende Studie .....	91
4.	Forschungsinteresse und Forschungsfragen .....	93
4.1	Zentrale Forschungsfrage .....	94
4.2	Zentrale Hypothesen .....	95
4.3	Übersicht über die Forschungsfragen und Hypothesen der Studie .....	95
5.	Methodologie dieser Studie .....	99
5.1	Quantitatives vs. qualitatives Vorgehen .....	99
5.2	Auswahl der Methoden für diese Studie .....	101
5.3	Triangulation .....	104

5.4	Schriftliche Befragung.....	106
5.4.1	Fragen im Rahmen der schriftlichen Befragung.....	107
5.4.2	Operationalisierung .....	107
5.4.3	Pretest und Verständlichkeit des Fragebogens.....	109
5.4.4	Stichprobe, Skalierung und Fragetechnik .....	112
5.5	Tiefeninterviews.....	116
5.5.1	Fragen im Rahmen der Tiefeninterviews .....	117
5.5.2	Zielsetzung und Durchführung.....	117
5.6	Synthese .....	121
6.	Untersuchungsergebnisse .....	123
6.1	Deskriptive Ergebnisse und Stichprobenvalidierung .....	123
6.1.1	Demographie.....	124
6.1.2	Fernsehgewohnheiten und Fernseherlebnisse .....	126
6.1.3	Diskussion anhand von Uses & Gratifications.....	139
6.1.4	Fazit zur Validierung des Untersuchungsdesigns .....	139
6.2	Wahrnehmung der Jugendlichen von sich und ihren Helden im Vergleich.....	140
6.2.1	Heldentypen .....	142
6.2.2	Stärken der Helden und Jugendlichen .....	144
6.2.3	Eigenschaften der Helden und Jugendlichen.....	153
6.2.4	Verhalten der Helden und Jugendlichen .....	162
6.2.5	Erlebnisse von Helden und Jugendlichen .....	171
6.2.6	Gedanken über sich und das Leben von Helden und Jugendlichen.....	180
6.2.7	Diskussion anhand des Bezugsrahmens und der Theorie des sozialen Vergleichs .....	188
6.3	Persönlichkeitsmerkmale von Jugendlichen und Helden .....	190
6.3.1	Persönlichkeitstypen und Beziehungsmuster.....	192
6.3.2	Problemlösungsmuster bzw. -strategien .....	195
6.3.3	Lebenspositionen .....	198
6.3.4	Einschärfungen .....	202
6.3.5	Antreiber.....	205
6.3.6	Situationen, die Jugendliche haben wie ihre Helden.....	208
6.3.7	Herausforderungen der Jugendlichen nach Beziehungsbedürfnissen .....	210
6.3.8	Diskussion anhand der Skripttheorie und der Theorie des sozialen Vergleichs .....	211
6.4	Soziale Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden .....	212
6.4.1	Welcher Heldentypus und welche persönlichen und sozialen Muster dominieren bei den Helden der Jugendlichen?.....	213
6.4.2	Was projizieren die Jugendlichen in diese Muster? .....	216
6.4.3	Wie identifizieren sich die Jugendlichen mit ihren Helden?.....	218

6.4.4	Was macht einen Helden aus und wovon grenzen sich die Jugendlichen ab? .....	221
6.4.5	Wie beurteilen die Jugendlichen ihre Helden in Bezug auf ihren Alltag? Können Fernsehhelden ein Vorbild sein? .....	224
6.4.6	Wie beurteilen sie ihre Helden als soziales Rollenmodell? Kann man aus Fernsehserien etwas lernen? .....	226
6.4.7	Diskussion anhand der sozial- und tiefenpsychologischen Modelle .....	228
7.	Zusammenfassung .....	230
7.1	Darstellung der zentralen Untersuchungsergebnisse.....	230
7.2	Diskussion der Theorien und Modelle im Rahmen dieser Studie .....	239
7.3	Kritik .....	241
7.4	Ausblick.....	243
8.	Literatur: .....	246
9.	Eidesstattliche Erklärung .....	270

## **Abbildungen und Tabellen**

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: Bezugsrahmen zur Medienrezeption.....	46
Abbildung 2: Modell der TV- Formatforschung.....	55
Abbildung 3: Skriptsystem .....	83
Abbildung 4: Ausschnitt aus dem Fragebogen zu den Gedanken der Jugendlichen über sich und das Leben .....	108
Abbildung 5: Mittelwerte zu Stärken von Jugendlichen und Helden im Vergleich.....	145
Abbildung 6: Mittelwerte zu Stärken von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht.....	148
Abbildung 7: Mittelwerte zu Stärken von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp.....	151
Abbildung 8: Mittelwerte zu Eigenschaften von Jugendlichen und Helden im Vergleich .....	153
Abbildung 9: Mittelwerte zu Eigenschaften von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht.....	156
Abbildung 10: Mittelwerte zu Eigenschaften der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp .....	159
Abbildung 11: Mittelwerte zum Verhalten von Jugendlichen und Helden im Vergleich..	162
Abbildung 12: Mittelwerte zum Verhalten von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht.....	165
Abbildung 13: Mittelwerte zum Verhalten von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp .....	168
Abbildung 14: Mittelwerte zu Erlebnissen von Jugendlichen und Helden im Vergleich .	171
Abbildung 15: Mittelwerte zu Erlebnissen von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht.....	174
Abbildung 16: Mittelwerter zu Erlebnissen von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp .....	177
Abbildung 17: Mittelwerte zu Gedanken über sich und das Leben bei Jugendlichen und Helden im Vergleich.....	180
Abbildung 18: Mittelwerte zu Gedanken von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht.....	183
Abbildung 19: Mittelwerte zu Gedanken von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp .....	186

Abbildung 20: Mittelwerte zu Lebenspositionen bei Jugendlichen und Helden im Vergleich.....	199
Abbildung 21: Mittelwerte zu Lebenspositionen bei Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht .....	201
Abbildung 22: Mittelwerte zu Einschärfungen bei Jugendlichen und Helden im Vergleich .....	202
Abbildung 23: Einschärfungen nach Geschlecht.....	204
Abbildung 24: Antreiber bei Jugendlichen und Helden im Vergleich .....	206
Abbildung 25: Mittelwerte zu Antreibern bei Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht.....	207
Abbildung 26: Situationen, die Jugendliche haben wie ihre Helden .....	209
Abbildung 27: Herausforderungen der Jugendlichen nach Beziehungsbedürfnissen (Cluster).....	210



## Tabellenverzeichnis:

Tabelle 1: Kategorien in den Tiefeninterviews: .....	120
Tabelle 2: Schultyp .....	124
Tabelle 3: Alter .....	124
Tabelle 4: Alter nach Geschlecht .....	125
Tabelle 5: Jahrgangsstufe nach Geschlecht .....	125
Tabelle 6: Verteilung der Anzahl der TN an den Tiefeninterviews nach demographischen Merkmalen .....	126
Tabelle 7: Wie oft siehst Du in einer normalen Woche fern? .....	127
Tabelle 8: Warum siehst Du gerne fern? .....	128
Tabelle 9: Wie oft siehst Du diese Sender? .....	129
Tabelle 10: Was gefällt Dir besonders am Fernsehen? .....	130
Tabelle 11: Wie häufig siehst Du folgende Arten von Fernsehsendungen? .....	131
Tabelle 12: Wie gefallen Dir diese Themen in Serien? .....	132
Tabelle 13: Mit wem siehst Du gerne fern? .....	133
Tabelle 14: Wann siehst Du gerne fern, wenn es möglich ist? .....	134
Tabelle 15: Mit wem redest Du über Fernsehen? .....	135
Tabelle 16: Wie sehr gefallen Dir solche Personen oder Helden in Serien? .....	136
Tabelle 17: Was willst Du beim Fernsehen gerne erleben? .....	137
Tabelle 18: Typen bei den Stärken der Helden und Jugendlichen im Vergleich .....	142
Tabelle 19: Typen bei den Eigenschaften der Helden und Jugendlichen im Vergleich ..	143
Tabelle 20: Typen beim Verhalten der Helden und Jugendlichen im Vergleich .....	143
Tabelle 21: Typen bei den Erlebnissen der Helden und Jugendlichen im Vergleich .....	143
Tabelle 22: Typen bei den Gedanken der Helden und Jugendlichen im Vergleich .....	144
Tabelle 23: Mittelwerte zu Stärken von Jugendlichen und Helden im Vergleich .....	146
Tabelle 24: Mittelwerte zu Stärken der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht .....	149
Tabelle 25: Mittelwerte zu Stärken der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp .....	152
Tabelle 26: Mittelwerte zu Eigenschaften der Jugendlichen und Helden im Vergleich ..	154
Tabelle 27: Mittelwerte zu Eigenschaften der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht .....	157
Tabelle 28: Mittelwerte zu Eigenschaften der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp .....	160
Tabelle 29: Mittelwerte zum Verhalten der Jugendlichen und Helden im Vergleich .....	163
Tabelle 30: Mittelwerte zum Verhalten der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht .....	166

Tabelle 31: Mittelwerte zum Verhalten der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp .....	169
Tabelle 32: Mittelwerte zu Erlebnissen der Jugendlichen und Helden im Vergleich .....	172
Tabelle 33: Mittelwerte zu Erlebnissen der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht.....	175
Tabelle 34: Mittelwerte zu Erlebnissen der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp.....	178
Tabelle 35: Mittelwerte zu Gedanken der Jugendlichen und Helden im Vergleich .....	181
Tabelle 36: Mittelwerte zu Gedanken der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht.....	184
Tabelle 37: Mittelwerte zu Gedanken der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp.....	187
Tabelle 38: Persönlichkeitstypen und ihre Varianten bei Jugendlichen.....	192
Tabelle 39: Persönlichkeitstypen und Varianten bei den Helden.....	193
Tabelle 40: Einschätzung bezüglich ihrer Kompetenzen zu Problemlösungsstilen bei den Jugendlichen.....	195
Tabelle 41: Einschätzung bezüglich der Kompetenzen ihrer Helden zu Problemlösungsstilen .....	196
Tabelle 42: Verhalten der Jugendlichen bezüglich Problemlösungsstilen .....	197
Tabelle 43: Verhalten der Helden bezüglich Problemlösungsstilen.....	197

## 1. Einleitung

Freude. Freude ist das Gefühl, das Kinder und Jugendliche in Deutschland am häufigsten beim Fernsehen haben. Die Altersgruppe der 10-13-Jährigen, die die Zielgruppe der hier vorliegenden Untersuchung sehr gut repräsentiert, gibt zu 85 Prozent an, beim Fernsehen Freude zu erleben (Götz 2014 a, S. 61). Das ist ein sehr deutliches Ergebnis, zumal alle anderen Emotionen beim Fernsehen weit dahinter liegen. Das erklärt ein wenig die Faszination des Mediums Fernsehen auf Heranwachsende, die auch im Zeitalter der digitalen Medien immer noch anhält. Kinder und Jugendliche sehen – häufig täglich – mit Hingabe Fernsehen, besonders Fernsehserien, in denen sich in endlosen Schleifen immer wieder ähnliche Geschichten wiederholen und deren begeisternde Wirkung auf die Heranwachsenden dennoch ungebrochen ist. Erwachsene können sich den jugendlichen Enthusiasmus für diese Formate und deren Protagonisten oft nicht erklären, haben zuweilen sogar Bedenken, der Medienkonsum könnte der Charakterbildung der Kinder und Jugendlichen schaden und ihnen falsche Werte, Normen und Verhaltensweisen vermitteln. Sie lehnen die Fernsehhelden<sup>1</sup> der Kinder und Jugendlichen mitunter sogar ab, ohne sich näher damit auseinandergesetzt zu haben (Paus-Haase 1992, S. 200).

Doch woher kommt diese Begeisterung für medial konstruierte Heldenfiguren, die teilweise wenig mit der Realität zu tun haben und nach welchen Kriterien suchen sich die Kinder und Jugendlichen ihre Fernsehhelden aus? Für sie ist offensichtlich nicht wichtig, ob die Figuren nach erwachsenen Maßstäben ansehnlich oder realitätsnah sind und ob sie aus Sicht der Erwachsenen gute und tugendhafte Vorbilder darstellen. Sie haben ihren eigenen Maßstab und ihre eigenen Kriterien für das, was ihnen gefällt und was sie regelmäßig sehen möchten.

Diese Studie befasst sich mit der Frage, welche Heldentypen sich die Jugendlichen aussuchen und wie sie sich das, was sie sehen, aneignen. Ziel der Studie ist es, herauszufinden, wie die Charaktere der Fernsehhelden im Vergleich zu den Einschätzungen und Vorstellungen der Jugendlichen von sich selbst zu sehen sind. Gibt es Parallelen zwischen den Charakteren der Helden und denen der Jugendlichen? Wie wirken sich die Ideale und Werte der Jugendlichen auf die Wahl ihrer Fernsehhelden aus? Gibt es Persönlichkeitseigenschaften, bei denen sich ein Zusammenhang zwischen Fernsehhelden und Jugendlichen erkennen lässt? Weiter interessiert in dieser Untersuchung, wie die Jugendlichen mit dem, was sie

---

<sup>1</sup> In dieser Studie wird im Plural nicht zwischen der männlichen, weiblichen oder neutralen Form unterschieden. Es sind also immer alle Geschlechter gemeint. Dies gilt für den kompletten Text und soll der Lesbarkeit des Textes dienen, ohne eines der Geschlechter diskriminieren zu wollen. In Einzelfällen (z.B. bei abstrakten Bezeichnungen für Rollen oder Typen) wird auch die männliche Form Singular benutzt, hier handelt es sich um einen verallgemeinernden und abstrahierenden Gebrauch, der selbstverständlich auch alle Geschlechter umfasst.

von ihren Fernsehhelden sehen, umgehen und was sie davon hilfreich finden oder auch nicht.

Grundannahme bei dieser Untersuchung ist, dass die Jugendlichen ihrem Fernsehangebot nicht hilflos ausgeliefert sind und nicht einfach übernehmen, was sie sehen. Vielmehr wird angenommen, dass sie kritische und kompetente Rezipienten sind, die sich ihre Fernsehhelden gezielt aussuchen und selbst entscheiden, welche Angebote sie positiv für sich nutzen und welche sie zurückweisen. Die Annahme von aktiven Rezipienten, die ihren Medienkonsum aktiv steuern und zu ihrem Nutzen gestalten, ist in dieser Studie eine grundlegende Prämisse, um den Medienumgang und die Medienaneignung der Jugendlichen zu betrachten und zu verstehen.

Anhand des transaktionsanalytischen Modells des Bezugsrahmens (vgl. Kapitel „Transaktionsanalytische Theorie“, Abschnitt „Bezugsrahmen“) wird vor diesem Hintergrund untersucht, wie sich das im Detail gestaltet. Die Transaktionsanalyse ist der zentrale theoretische Ansatz in dieser Studie und trägt das Untersuchungskonzept wesentlich. Die transaktionsanalytische Auffassung von der entscheidungsgetriebenen Entwicklung eines Menschen nach den Prinzipien der humanistischen Psychologie erlaubt ein Modell der Identitätsbildung, das die jugendliche Medienaneignung gut erklären kann. Im Bezugsrahmen eines Menschen werden sämtliche Gedanken, Gefühlsmuster, Überzeugungen und Verhaltensmuster grundgelegt, die dieser systematisch immer wieder an den Tag legt. Der Bezugsrahmen enthält die psychologischen Grundmuster eines Menschen, die er sich im Laufe seines Lebens angeeignet hat und die ihn als Persönlichkeit individuell prägen. Natürlich kann ein Bezugsrahmen immer nur in Ausschnitten beobachtet oder erhoben werden, selbst das ist noch sehr komplex und natürlicherweise immer unvollständig. Dennoch ist es möglich, über eine solche Erhebung Informationen über die Psyche eines Menschen zu generieren, die sein Verhalten und seine Überzeugungen in bestimmten Kontexten erklären können. Dabei wird ein komplexes Verständnis von Medienaneignung vorausgesetzt, wie es auch in der handlungstheoretischen Forschungstradition der Medienforschung verwendet wird und das mit dem Konzept des Bezugsrahmens gut vereinbar ist.

Die zentrale Idee im Hinblick auf die Selektion und Wahrnehmung der Fernsehhelden durch die Jugendlichen ist, dass sie Helden oder Lieblingspersonen bevorzugen, bei denen sie ähnliche psychologische Grundmuster wie bei sich selbst wahrnehmen. Je mehr die Jugendlichen bestimmte psychische Merkmale selbst an den Tag legen und pflegen, desto mehr werden sie auch bei ihren Helden vermutet, häufig stärker ausgeprägt als bei den Jugendlichen selbst. Dass ihre Helden unter anderen Bedingungen leben und Eigenschaften in anderer Ausprägung haben als die Jugendlichen selbst, ist dabei kein Widerspruch. Es geht nicht darum, identische Bezugsrahmen zu finden, das ist ohnehin illusorisch. Jeder Mensch hat seinen eigenen, ganz individuellen Bezugsrahmen, keine zwei Bezugsrahmen auf der

Welt werden sich jemals genau gleichen. Aber ähnliche Tendenzen in manchen Punkten sind durchaus möglich und könnten eine Vorliebe oder Abneigung für bestimmte Charaktere erklären. Auch wechselseitige Einflüsse zwischen Medienerlebnissen und Sozialisation lassen sich anhand dieses Modells nachvollziehen und können die Entwicklung eines Bezugsrahmens in ausgewählten Punkten transparent machen.

Methodisch geht das Untersuchungsszenario dieser Studie über die rein qualitativen Forschungsansätze der handlungstheoretischen Forschung hinaus, indem hier auch quantitativ gearbeitet wird. In einer Befragung von 958 Schülern wurden den Jugendlichen zahlreiche Fragen zum Bezugsrahmen bezüglich ihrer Fernsehhelden und sich selbst gestellt, die im Nachgang systematisch miteinander verglichen wurden. Darüber hinaus wurden mit 18 Jugendlichen Tiefeninterviews geführt, um die Ergebnisse aus der Befragung zu vertiefen und zu hinterfragen sowie zu validieren. Die beiden Untersuchungsschritte wurden mittels Triangulation miteinander verknüpft, um ein möglichst aussagekräftiges Ergebnis zu erzielen.

Die Zielgruppe der Studie sind Jugendliche in der ersten Hälfte des zweiten Lebensjahrzehnts, im engeren Sinne zwischen elf und 13 Jahren. In der schriftlichen Befragung wurden Jugendliche zwischen 10 und 15 Jahren befragt, da die große Teilnehmerzahl eine großzügigere Streuung in der Altersrange der Stichprobe erlaubte. Der Hauptschwerpunkt war aber auch hier ganz klar auf der Gruppe der 11-13-Jährigen. In den Tiefeninterviews wurde eine harte Beschränkung auf diese Altersgruppe vorgenommen, da hier wesentlich weniger Jugendliche befragt wurden und die Quotierung der Stichprobe sehr gezielt definiert wurde.

Die Ergebnisse dieser Untersuchung beginnen mit einem deskriptiven Teil mit der Beschreibung der beiden Stichproben, der Stichprobenvalidierung und den Fernsehgewohnheiten und Fernsehvorlieben der befragten Jugendlichen. In einem zweiten Block werden die Ergebnisse dargestellt, die sich auf die vergleichenden Abschnitte in der schriftlichen Befragung zum Bezugsrahmen und der entsprechenden Vergleichsdiskussion in den Tiefeninterviews beziehen. Hier findet sich der wichtigste Teil der Erträge im Hinblick auf die zentrale Forschungsfrage der Studie nach den Einflüssen der psychologischen Grundmuster der Jugendlichen auf die Wahl ihrer bevorzugten Fernsehhelden. Schließlich werden in einem dritten Schritt die sozialen Muster und Aneignungsprozesse der Jugendlichen bezüglich ihres Umgangs mit ihren Fernsehhelden analysiert und bewertet.

Die Studie gliedert sich in folgende Teile:

Kapitel zwei schildert die Lebensphase der befragten Jugendlichen, definiert die wichtigsten Begriffe für diese Studie und beleuchtet die Haltung der Jugendlichen zu Vorbildern (Abschnitt 2.1). Darüber hinaus werden die Grundlagen der jugendlichen Identitätsbildung und die Entwicklungsaufgaben im Rahmen dieser kurz dargestellt (Abschnitt 2.2). Ihre alltägliche Situation im Hinblick auf ihren Medienkonsum und ihre Mediensozialisation bilden weitere grundlegende Voraussetzungen für diese Studie (Abschnitt 2.3). Außerdem werden in Kapi-

tel zwei die wichtigsten Forschungsergebnisse zum Themenbereich Jugendliche und ihre Fernsehhelden und kindliche bzw. jugendliche Medienaneignung vorgestellt (Abschnitt 2.4). Schließlich werden offene Fragen zu dieser Thematik erläutert, auf denen das Untersuchungsinteresse dieser Studie aufsetzt (Abschnitt 2.5).

Kapitel drei befasst sich mit der Einordnung dieser Studie in die Forschungslandschaft der Kommunikationswissenschaft. Hier werden zuerst grundlegende theoretische Voraussetzungen näher definiert (Abschnitt 3.1), wie etwa die Differenzierung zwischen Fragen zu Mediennutzung, Medienwirkung und Kausalität sowie die Verknüpfung mit der Perspektive auf die Rezipienten. Anschließend wird der integrative Ansatz dieser Studie vorgestellt. In den Abschnitten 3.2 bis 3.7 werden die für die Bearbeitung der Fragestellungen im Rahmen dieser Studie ausgewählten Theorien und Modelle vorgestellt und ihre Verwendung für diesen Untersuchungskontext erläutert. Beginnend mit kommunikationswissenschaftlichen Modellen (Abschnitt 3.2 bis 3.3) über sozialpsychologische Theorien (Abschnitt 3.4) und tiefenpsychologische Modelle (Abschnitt 3.5) bis hin zur transaktionsanalytischen Theorie (Abschnitt 3.6) werden hier jeweils Grundlagen und Nutzung in dieser Untersuchung dargestellt.

In Kapitel vier werden das Forschungsinteresse und die Forschungsfragen dieser Studie detailliert erläutert und in Kapitel fünf die Methodologie für diese Studie vorgestellt.

Kapitel sechs enthält die Ergebnisse dieser Untersuchung, beginnend mit den deskriptiven Ergebnissen zu Demographie und Mediennutzung der Jugendlichen (Abschnitt 6.1), anschließend der Wahrnehmung der Jugendlichen von ihren Helden und sich selbst im Vergleich (Abschnitt 6.2) und den Persönlichkeitsmerkmalen der Jugendlichen und Helden im Vergleich (Abschnitt 6.3) sowie schließlich den sozialen Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden (Abschnitt 6.4).

Am Ende in Kapitel sieben finden sich eine Zusammenfassung der zentralen Untersuchungsergebnisse, die Diskussion der verwendeten Theorien sowie Kritik und Ausblick zu dieser Studie.

## **2. Jugendliche, Medienhelden und Medien im Alltag**

Grundsätzlich stellt sich die Frage, ob und warum Kinder und Jugendliche Helden brauchen (vgl. Rogge 2007), insbesondere ihre bevorzugten Fernseh- oder Medienhelden. Die Jugendlichen möchten sie nicht missen, eine Welt ohne Medien und damit ohne ihre Medienhelden ist heute kaum noch vorstellbar. Doch was versteht man eigentlich heute unter „Helden“ und ist „Jugendliche“ nicht ein dehnbarer Begriff?

In diesem Kapitel werden grundlegende Kategorien für diese Studie erläutert, bevor der Forschungsstand zum Thema sowie Fragen und Zielsetzung für diese Untersuchung dargestellt werden. Zuerst wird skizziert, was mit „Helden“ in dieser Studie gemeint ist und in welcher Entwicklungsphase die Teilnehmer dieser Studie sich gerade befinden, um den Begriff „Jugendliche“ in diesem Zusammenhang etwas näher einzugrenzen. Anschließend wird das Verständnis vom Umgang mit Medien, das dieser Untersuchung zugrunde liegt, näher beschrieben.

### **2.1 Medienhelden und ihre Rolle für die Jugendlichen**

Kinder und Jugendliche wachsen heute selbstverständlich mit Fernsehhelden auf und kommen nicht umhin, sich mit den Charakteren, die sie in den Medien sehen, auseinanderzusetzen (Theunert & Schorb 1996; Theunert 2006). Von klein an orientieren sich Kinder und Jugendliche nicht nur an dem, was sie von ihren Bezugspersonen lernen, sondern auch an dem, was sie in den Medien sehen, ihre Begeisterung für ihre Helden aus dem Fernsehen ist von Beginn des Medienkonsums an spürbar. Jeder Erwachsene hat schon aufgeregte Kinder erlebt, die mit großen Augen von den Figuren aus ihren Fernsehsendungen erzählen und jeder konnte schon Jugendliche beobachten, die sich in Kleidung und Habitus merkwürdig ähnlich sind und in Gruppen einen Stil pflegen, den ihnen nicht ihre Eltern vorgelebt haben. Also gibt es offensichtlich Modelle oder Vorbilder, die sie heute nicht in Familie, Kirche, im Sportverein oder sonst in ihrer näheren Umgebung finden. Helden oder Vorbilder sind heute auch aus der Ferne verfügbar – und zwar über die Medien.

#### **2.1.1 Helden, Idole, Vorbilder und andere Lieblingspersonen**

In dieser Studie wird mit verschiedenen Begriffen gearbeitet, etwa mit dem des „Helden“, der „Lieblingsperson“ oder des „Vorbilds“. Manchmal ist es notwendig, alternative Begriffe zu benutzen, etwa wenn der Heldenbegriff für manche Situationen überhöht erscheint. Darüber hinaus könnte man auch von „Idolen“ oder „Stars“ sprechen, das würde allerdings den abgehobenen Status noch mehr hervorheben als das der Heldenbegriff ohnehin tut. Daher wurden diese beiden Begriffe in dieser Studie von Interviewerinnenseite nicht forciert, allerdings

können sie von den Jugendlichen selbst ins Gespräch gebracht werden. Sie spielen dennoch im Vergleich zum Helden oder Vorbild in dieser Untersuchung eine untergeordnete Rolle. In der Betrachtung der Literatur zum Thema werden sie aber berücksichtigt, da verschiedene Autoren in ihren Untersuchungen unterschiedliche Begriffe und Konnotationen benutzen.

Im dtv-Lexikon in 20 Bänden (1992), das sich am großen Brockhaus orientiert, ist ein Held „ein außergewöhnl. (i.e.S.: bes. tapferer) Mensch“ (dtv Lexikon Bd. 8, S. 54). Ist der Heldenbegriff stellenweise zu idealisiert oder unpassend, wird er mit dem der „Lieblingssperson“ – also ganz einfach Personen, die den Jugendlichen in ihren Fernsehserien besonders gefallen – kombiniert und so für den Kontext der Befragung verständlich gemacht. Damit sollte es allen Jugendlichen möglich sein, Helden oder Lieblingspersonen in ihren bevorzugten Serien zu benennen. So ist sichergestellt, dass die Wahl der Begriffe kein Hindernis ist, die Interviews flüssig zu führen.

Vorbilder sind laut dtv-Lexikon „an Personen gebundene Vorstellungen, die als Leitbild für die eigene Entwicklung und Lebensgestaltung aufgefaßt werden; unbewußt im frühen Kindesalter als Nachahmung und Identifikation; ab der Pubertät als zunehmend bewußte Wahl“ (dtv Lexikon Bd. 19, S. 228). Idole werden kurz als „Götzenbild, Abgott, (falsches) Ideal“ (dtv Lexikon Bd. 8, S. 240) erläutert. Der Begriff des Stars kommt in der hier gemeinten Bedeutung im dtv Lexikon nicht vor. Auch in den Wörterbüchern der Soziologie und Psychologie findet man nur wenige Erläuterungen zu diesen Begriffen, eher fündig wird man im pädagogischen Kontext:

„Als Stars gelten aus dem Alltäglichen und Üblichen herausgehobene Personen. Sie sind Ikonen eines bestimmten Metiers, versinnbildlichen spezifische kulturelle Praktiken, stehen für eine bestimmte Lebensform. Insbesondere die für Jugendliche bedeutsamen Stars aus Film, Musik und Sport sind als eine ästhetische Gesamtinszenierung zu erkennen.“ (Waldmann, 2000, S. 51)

„Von Idolen spricht man dort, wo die Verehrung eines Stars ins Irrationale abgeleitet. Entwicklungspsychologisch brauchen Jugendliche aber auch entgrenzende Spiegelbilder, denen sie für eine begrenzte Zeit unermesslich hohe Verehrung zukommen lassen. Sie bieten gewissermaßen geborgte, ausgeliehene Kraft und Sinn, bis die eigenen Kräfte wieder reichen.“ (Mendl 2005, S. 39)

Für diese Studie passt der Begriff des Helden am besten und wird deshalb durchgehend verwendet. Er verkörpert alle Eigenschaften, die für diese Studie von Interesse sind, sowohl die übergreifenden Charakterskizzen als auch Fähigkeiten und Merkmale im Detail. Auch wenn ein wenig Pathos im Heldenbegriff mitschwingt, ist er besser geeignet als modernere Begriffe wie Stars, Idole oder Schwärme, die sehr auf die Popularität der Charaktere abheben und weniger auf ihre Charaktereigenschaften. Dabei haben Helden für die Jugendlichen eine wichtige Funktion, die sich aus ihrem Charakter und ihren Werten ergibt:



„Helden sind mutig und setzen sich für andere ein. Eine Orientierung an Helden dient weniger einer unmittelbaren Nachahmung, sondern der Wertebildung. Helden sind Platzhalter für abstrakte Tugenden. Vor allem Kinder benötigen Helden für die Entwicklung ihres moralischen Universums. Irgendwann werden die Helden dann überflüssig.“ (Mendl 2005, S. 39)

Helden im Sinne von Superhelden mit übernatürlichen Kräften, die eine Mission verfolgen, in der sie gegen das Böse in der Welt kämpfen (Wagemanns 2011), sind in der hier vorliegenden Studie nur ein Teil des zu betrachtenden Spektrums, es sollen auch ganz normale Medienpersonen betrachtet werden. Diese können und sollen gerne bestimmte ausgeprägte Fähigkeiten haben, die die Jugendlichen bewundern oder besonders witzig oder originell finden. Sie müssen aber nicht einem antiken Heldenbild entsprechen, das vom Kampf um „Ruhm und Ehre“ und der Rettung ihrer jeweiligen Welt geprägt ist (Wagemanns 2011, S. 2). Vielmehr geht es um mediale Bezugspersonen, die die Jugendlichen immer wieder vor den Fernseher locken und sie dazu bewegen, sich teilweise über Jahre die Folgen von Fortsetzungsgeschichten anzusehen. Genau um diese Art von „Helden“ geht es in dieser Untersuchung, bei Bedarf wird das Begriffsrepertoire um „Lieblingspersonen“ ergänzt.

### **2.1.2 Jugendliche und Vorbilder**

Der Begriff des Vorbildes wird in dieser Studie explizit genutzt, um zu erfahren, inwiefern die Jugendlichen ihren Fernsehhelden tatsächlich Vorbildcharakter für ihr eigenes Leben zusprechen. Die Diskussion um die Vorbilder der Jugendlichen hat eine ebenso lange Tradition wie die um die Jugend – vor allem in Psychologie und Soziologie. Mit der Einführung der Jugend als Lebensabschnitt, die ihre Anfänge im 18./19. Jahrhundert hat und vor allem im 20. Jahrhundert eine wichtige Rolle spielte, stellte sich auch die Frage nach den richtigen Rollenmodellen bzw. den gewünschten politischen Einflüssen auf die jeweilige Jugend. Je nach Jugendgeneration wandelten sich hier die Wunschvorstellungen der Erwachsenen, denn in der Regel wurde diese Bewertung aus Sicht der Erwachsenen vorgenommen (Griese 2000). Erst in der Postmoderne waren die konkreten Wünsche der Erwachsenen im Hinblick auf die Vorbilder für Jugendliche unspezifisch geworden, heute besteht weniger der Wunsch, die Jugend mithilfe von Vorbildern politisch zu erziehen oder in eine bestimmte gesellschaftspolitische Richtung zu lenken. Damit wird zum ersten Mal die Perspektive auf die Wünsche der Jugend verlagert und es wird nicht mehr so häufig von richtigen oder falschen Vorbildern gesprochen. Sogenannte falsche Vorbilder waren aus Sicht der Erwachsenen früher Personen, die die Jugendlichen zu unerwünschtem Verhalten anregen könnten und ein rebellisches Ideal verkörperten, etwa Musiker wie z.B. Elvis Presley, Schauspieler wie z.B. James Dean oder politische Personen wie z.B. Mao Tse Tung oder Che Guevara. Die Eltern der Jugendlichen hatten Bedenken, dass ihre Kinder inadäquate Verhaltensweisen übernehmen und mit ihren Vorbildern selbst- und/oder gesellschaftsschädigende Einflüsse lernen. Inso-

fern wird der Vorbildbegriff häufig moralisierend gebraucht und ist ggf. unterschwellig negativ konnotiert, zumindest wenn man an der Vermeidung falscher Vorbilder interessiert ist. Allerdings ist diese Verwendung des Begriffs heute aus der Mode gekommen (Griese 2000; Sander & Vollbrecht 2000). Die Verwendung des Vorbildbegriffs in dieser Studie ist dagegen grundsätzlich neutral bzw. positiv konnotiert, eine Wertung der Helden oder Vorbilder der befragten Jugendlichen ist hier nicht intendiert. In dieser Untersuchung soll bei der Identifikation der Helden und Vorbilder und bei ihrer Bewertung ausschließlich die Perspektive der Jugendlichen den Ausschlag geben und nicht eine Bewertung von außen. Vorbilder sind heute dazu da, den Jugendlichen bei bestimmten Entwicklungsaufgaben zu helfen und nicht, um sie politisch zu formen. Sie können auch nur vorübergehend und vielleicht auch nur in einzelnen Aspekten Vorbilder der Jugendlichen sein und Handlungsoptionen für bestimmte Themen oder Probleme anbieten. Sie müssen nicht mehr ein Modell für ihre komplette Lebensführung abgeben, wie das früher von einem Vorbild erwartet wurde. Dennoch können Vorbilder gut zur Identitätsbildung der Jugendlichen beitragen:

„Die Identitätskonstruktion ist [...] eine Zeit intensiver Identitätssuche und Identitätsfindung, die sich in Interaktion mit dem sozialen Kontext ausdifferenziert. Dass Vorbilder bei der Bewältigung dieser Aufgaben eine wesentliche Alternative darstellen, stellt deshalb eine plausible Erklärung der Wissenschaft dar. Vorbilder entsprechen nicht nur zahlreichen Bedürfnissen der Adoleszenten, sondern auch ihrem Wunsch nach Handlungsanleitung in einer Zeit, in der sie sich nicht mehr an die Vorgaben der Familie anlehnen, sondern nach eigenen Orientierungsmustern suchen müssen.“ (Stamm 2008, S. 5)

Ob Jugendliche noch Vorbilder brauchen, ist umstritten, besonders weil zwischendurch der Eindruck bestand, als wären Vorbilder aus der Mode gekommen. Die Shell-Jugendstudie (Deutsche Shell 2002; Albert & Hurrelmann 2006; Albert, Hurrelmann & Quenzel 2010 und 2015), die das Thema seit den 1950er-Jahren thematisiert, hat in der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts einen drastischen Rückgang in der Beliebtheit von Vorbildern verzeichnet und den Trend für so eindeutig verstanden, dass Vorbilder schon für überlebt erklärt wurden. Ende des letzten Jahrhunderts schließlich stiegen die Zahlen der Jugendlichen, die ein Vorbild haben, wieder an und der vermeintlich eindeutige Trend kehrte sich um. Offensichtlich haben sich Vorbilder für Jugendliche also nicht grundsätzlich überlebt, sondern eventuell einfach gewandelt (Stamm 2008; Waldmann 2005; Griese 2000).

In der Altersgruppe, die für diese Studie relevant ist, scheinen Vorbilder durchaus ein Thema zu sein, mit steigendem Alter nimmt das Interesse an konkreten Vorbildern dann offensichtlich ab. Das Interesse der Erwachsenen an Vorbildern für die Jugendlichen scheint größer zu sein als das der Jugendlichen selbst, die Jugendlichen orientieren sich vielmehr in einzelnen Bereichen an bestimmten Personen, en gros ist das aber weniger der Fall. Vielmehr wird aus verschiedenen vorbildhaften Aspekten unterschiedlicher Personen ein Ge-

sambild konstruiert, das die Jugendlichen für sich erstrebenswert finden (Griese 2000, S. 244). Die Datenlage verschiedener empirischer Studien zum Thema Vorbilder legt nahe, dass die Jugendlichen ihr Interesse an Vorbildern nach einer vorübergehenden Flaute wohl doch nicht verloren haben: Während im Jahr 1955 noch 44 Prozent der Jugendlichen angegeben hatten, ein Vorbild zu haben, sank der Wert nach der Shell Jugendstudie bis 1997 auf 16 Prozent, nur um bis 2005 wieder auf 29 Prozent anzusteigen (Waldmann 2005). Befragt wurden Jugendliche zwischen 12 und 25 Jahren. Auffällig ist dabei, dass die Vorbilder aus dem Nahbereich über die Jahrzehnte weniger geworden sind, die Vorbilder aus dem Fernbereich dagegen mehr. Hier spielen die Medien sicher eine wichtige Rolle, die die Wahrnehmung von Vorbildern aus dem Fernbereich überhaupt erst in größerem Umfang möglich machen (Stamm 2008).

Möglicherweise hat die Skepsis der Jugendlichen bezüglich Vorbildern aber auch mit dem Begriff „Vorbilder“ zu tun, der, wie Griese (2000) bemerkt, eventuell antiquiert ist und dem Trend zur Individualisierung und Abgrenzung älterer Jugendlicher entgegenläuft. Er führt unterschwellig eine moralische Wertung mit, die in einer Lebensphase, in der die Abnabelung von den Erwachsenen und die Entwicklung einer eigenen Identität wichtige Aufgaben sind, möglicherweise unerwünscht bei den Jugendlichen ist. Betrachtet man im Vergleich zur Shell-Jugendstudie die KIM-Studie vom Medienverbund Südwest über die letzten Jahre (KIM-Studien der Jahre 2000 bis 2016), so zeigen sich merklich höhere Werte im Hinblick auf die Wahl von Vorbildern. Hier werden Kinder im Alter von sechs bis dreizehn Jahren nach ihren Vorbildern und Idolen gefragt, jeweils im Abstand von höchstens zwei Jahren. Allerdings ist die Fragestellung hier eine andere, der Begriff Vorbild wird nicht explizit benutzt, vielmehr wird hier gefragt: „Gibt es eine Person/Gruppe, für die du besonders schwärmst?“ (KIM-Studien der Jahre 2000 bis 2016) Mit Blick auf die Jahre seit der Jahrtausendwende sind hier durchgehend höhere Werte zu beobachten als bei der Shell Jugendstudie, was neben der Fragestellung auch an der jüngeren Altersgruppe liegen mag, die die Zielgruppe der hier vorliegenden Untersuchung allerdings genau umfasst. Von 45 Prozent der Kinder im Jahre 2000 bis zu 64 Prozent im Jahre 2016 steigen hier die Werte für diejenigen an, die ein Vorbild haben (hierzu und im Folgenden: KIM-Studien der Jahre 2000 bis 2016). Die Kinder haben offensichtlich keine Scheu, sich zu ihren Präferenzen im Hinblick auf Vorbilder zu äußern. Durchgehend dominieren hier die Nennungen aus dem Fernbereich, ebenfalls durchgehend überwiegen die Nennungen zum Bereich TV/Film, beliebt sind aber auch Musik und – besonders bei den Jungen – Sport. Hier bestätigt sich der Trend, dass heute überwiegend Vorbilder aus dem Fernbereich bei den Kindern beliebt sind, wie sie in erster Linie über die Medien vermittelt werden. Und damit schließt sich der Bogen zum Anliegen dieser Untersuchung, in dem auch die Wahrnehmung der Lieblingspersonen der Kinder und Jugendlichen aus den Medien im Hinblick auf ihre Vorbildfunktion untersucht

wird. Die Jugendlichen werden vor allem in den Tiefeninterviews explizit dazu befragt, inwiefern sie ihren Fernsehhelden Vorbildfunktion zutrauen und ob sie als Vorbilder für das reale Leben geeignet sind. Es wird sich zeigen, ob die befragten Jugendlichen Helden oder Lieblingspersonen in ihrem Fernsehprogramm finden können, denen sie Vorbildcharakter zuschreiben.

### **2.1.3 Jugend und die Zielgruppe: Pre-Teens von 11 bis 13 Jahren**

Jugend ist ein Begriff, der erst im späten 18. und 19. Jahrhundert im Zusammenhang mit der bürgerlichen Familie und der allgemeinen Schulpflicht Bedeutung erlangte (Griese 2000, S. 219). Im 20. Jahrhundert wurde Jugend allmählich als eigene Phase im Leben der Menschen verstanden und Jugendlichkeit mit einer bestimmten Lebenshaltung assoziiert (Sander & Vollbrecht 2000, S. 7). Jugend ist ein weicher Begriff, der je nach Kontext verstanden werden muss, eine harte wissenschaftliche Definition sucht man hier vergeblich (vgl. auch Stamm 2008). Auch dem Alter nach ist Jugend nicht hart abgegrenzt, während manche den Zeitraum zwischen 13 und 21 Jahren (Sander & Vollbrecht 2000) oder gar 14 und 25 Jahren (Waldmann 2000) anlegen, wird andernorts vielmehr das zweite Lebensjahrzehnt als grober Rahmen angenommen (Fend 1990). Letztere Definition (soz. die Teeniejahre) wird auch dieser Studie zugrunde gelegt. Die in dieser Studie befragten Jugendlichen sind also Teenies in der ersten Hälfte des zweiten Lebensjahrzehnts, man kann sie auch als sog. Pre-Teens (Götz 2013) bezeichnen. Insbesondere die 11-13-Jährigen, die in dieser Untersuchung im Mittelpunkt stehen, sind mit diesem Begriff gut getroffen, da sie zwar bereits die Herausforderungen von Teenies haben, aber sicher noch nicht alle Themen bewältigen müssen, die Jugendlichen im zweiten Lebensjahrzehnt begegnen. (Detaillierte Informationen zu Stichprobendesign und Rekrutierung finden sich im Kapitel „Methodologie dieser Studie“ in den Abschnitten zur schriftlichen Befragung und den Tiefeninterviews.)

Der Jugendbegriff hat mehrere Facetten, die im Rahmen dieser Studie nicht alle diskutiert werden: „Jugend kann als Erziehungsaufgabe, als gesellschaftliches Problem oder auch entwicklungspsychologisch als Reifephase mit spezifischen psychosozialen Entwicklungsaufgaben verstanden werden, und schließlich ist Jugend auch ein juristischer Terminus.“ (Sander & Vollbrecht 2000, S. 7) Der juristische Jugendbegriff ist im Rahmen dieser Studie nicht von Interesse, Jugend als Erziehungsaufgabe und als gesellschaftliches Problem nur im Zusammenhang mit dem Medienkonsum der Jugendlichen. Die Entwicklungsaufgaben der Jugendlichen spielen im Zusammenhang mit den Fragen dieser Untersuchung eine wesentliche Rolle, insofern sich Jugendliche dafür ihre Medienhelden zunutze machen. Zumal sich die Jugendphase heute durch hohe Individualisierung und weniger gesellschaftliche Strukturierung als früher auszeichnet und sich damit vielfältige Möglichkeiten zur Gestaltung

und Differenzierung der Jugendzeit für die Jugendlichen eröffnen (Krüger & Grunert 2002, S. 206).

Betrachtet man also das zweite Lebensjahrzehnt als Jahrzehnt der Jugend, so stehen die Jugendlichen, die in dieser Studie befragt wurden, noch am Beginn ihrer jugendlichen Entwicklung. Sie haben gerade die Schwelle von der Kindheit zur Jugend überschritten und demnach bestimmte Entwicklungsschritte zu vollziehen. Daher werden in dieser Studie die Begriffe Kinder und Jugendliche auch teilweise parallel gebraucht. Die Jüngeren unter den Befragten könnte man noch als Kinder bezeichnen, obwohl auch sie bereits am Anfang des zweiten Lebensjahrzehnts stehen. Für die Älteren unter den Befragten passt der Begriff Kinder nicht mehr, weil sie deutlich aus dieser Lebensphase herausgewachsen sind. Der Begriff Jugendliche passt daher zur Zielgruppe insgesamt sehr viel besser und wird bevorzugt verwendet.

## ***2.2 Jugendliche Identitätsbildung und Entwicklungsaufgaben***

Im Rahmen dieser Studie sind die befragten Pre-Teens also als junge Jugendliche zu verstehen, die am Anfang ihrer jugendlichen Herausforderungen stehen und diesbezüglich eine Reihe von Entwicklungsaufgaben und psychologischen Hürden bewältigen müssen. Genau deshalb wurden sie als Zielgruppe für diese Studie auch gewählt, sie sind keine Kinder mehr, die vorwiegend die Meinung ihrer Eltern übernehmen und – zumindest im Gespräch mit fremden Personen – wiedergeben. Sie sind bereits sehr eigenständig, was ihre Wünsche und Vorlieben betrifft und treffen ihre Wahl nach ihrem eigenen Geschmack. Gleichzeitig sind sie noch nicht so tief in ihre Peer Groups eingebunden, dass deren Meinung alle anderen Einflüsse dominieren würde. Sie sind in einer Phase, in der sie Individualität entwickeln und sich ihre eigenen Werte und Vorstellungen erschließen. Ein idealer Zeitraum also, um herauszufinden, wie sich diese Persönlichkeitsmerkmale entwickeln und woran sich die Jugendlichen dabei orientieren.

### ***2.2.1 Entwicklungsaufgaben von Pre-Teens***

In der Pädagogik und Entwicklungspsychologie geht man davon aus, dass Kinder und Jugendliche je nach Alter bestimmten Aufgaben ausgesetzt sind, die ihre Entwicklung ins Erwachsenenleben begleiten und voranbringen (Hurrelmann & Quenzel 2016). Das Konzept geht auf die Mitte des 20. Jahrhunderts zurück und wurde maßgeblich von Robert James Havighurst (1953; et al. 1971, 1972) geprägt. Die Theorien zur Betrachtung der jugendlichen Herausforderungen im Übergang zur Adoleszenz bauen bis dato auf ein solches Stufenkonzept auf (zitiert nach Klosinski 1991):

„Es besagt, daß Menschen innerhalb bestimmter Zeitabschnitte bestimmte Anforderungen erfüllen müssen, deren erfolgreiche Bewältigung <<zu Glück und Erfolg bei später gestellten Ent-

wicklungsaufgaben beiträgt, während Mißerfolg zu Unglück des Individuums, zu Mißbilligung von seiten der Gesellschaft und zu Schwierigkeiten bei der Bewältigung späterer Aufgaben führt>> (Havighurst 1972, S. 2). Es gibt in jedem Alter solche Entwicklungsaufgaben.“ (Klosinski 1991, S. 93)

Die Frage, wie Jugendliche solche Entwicklungsaufgaben lösen, trägt also offensichtlich dazu bei, wie glücklich ihr Leben einmal werden wird, daher geht es in der Tat nicht nur darum, die schwierigen Jugendjahre irgendwie hinter sich zu bringen, sondern durchaus darum, diese Entwicklungsschritte möglichst erfolgreich zu gestalten. Dabei spielt eine Reihe von Faktoren eine Rolle, besonders das Verhältnis zur eigenen Familie, von der sich die Jugendlichen sukzessive lösen sollen, in die sie gleichzeitig aber noch lange integriert sind, besonders heute, wo der Berufseinstieg tendenziell später stattfindet. Wichtig sind auch die Kontakte zu Gleichaltrigen, die in dieser Phase Orientierung und Halt geben und Raum für die sozialen Experimente, die mit der Jugendphase verbunden sind. Allen schwierigen Herausforderungen zum Trotz scheint dies den meisten Jugendlichen gut zu gelingen, auch wenn zahlreiche Zweifel und Stimmungsschwankungen diese Phase begleiten:

„Insgesamt bietet sich uns *nicht* das Bild einer Lebensphase, die von einer Zunahme selbstzerstörerischer, grüblerischer, leidvoller und nach innen gewendeter Problemwahrnehmungen gekennzeichnet ist. Es offenbart sich eher eine pragmatisch orientierte, selbstbewußte und sozial extravertierte Jugendkohorte am Übergang von der Kindheit in die Adoleszenz. Sie ist skeptisch und informiert, an anderen Menschen interessiert, hat zu den Eltern ein kommunikationsintensives und konfliktoffenes Verhältnis, öffnet sich den hedonistischen Möglichkeiten der gegenwärtigen historischen Epoche und sucht Sicherheit in intensiven sozialen Gesellungen mit Gleichaltrigen.“ (Fend 1990, S. 119)

Doch welche Aufgaben sind es, die die vielseitig begabten Jugendlichen bewältigen müssen? Bei einem Streifzug durch einschlägige Standardwerke (z.B. Havighurst 1972; Oerter & Montada 1987; Fend 1990; Klosinski 1991; Barthelmes & Sander 1999), ergeben sich folgende Entwicklungsaufgaben:

- „- Innere und äußere Trennung vom Elternhaus,
- Finden einer psychosexuellen Identität,
- Entwickeln eines persönlichen Wert- und Moralsystems,
- Vertiefender Aufbau gleich- und gegengeschlechtlicher Beziehungen,
- Zunehmende Orientierung in Richtung Arbeitswelt,
- Versöhnung mit den Eltern.“ (Barthelmes & Sander 1999, S. 32)

Die Jugendphase ist allerdings lang und nicht alle diese Entwicklungsaufgaben stehen gleichermaßen für die Altersgruppe an, die in dieser Untersuchung befragt wurde. In der obigen Liste sind die ersteren Entwicklungsaufgaben eher für die erste Hälfte der Jugendphase relevant, die letzteren eher für die zweite. In der befragten Altersgruppe ist es für die Jugendlichen erst einmal relevant, die eigene Durchsetzungs- und Entscheidungsfähigkeit zu entwi-

ckeln und zu erfahren, dass sie Probleme und Schwierigkeiten mit anderen und in ihrem Umfeld lösen können. Mit steigendem Alter ist es auch wichtig, eigene Interessen und Meinungen zu vertreten und sich ggf. auch von den Eltern abzugrenzen. Die Orientierung erfolgt nicht mehr allein oder primär an der Familie, sondern vor allem auch an Gleichaltrigen. Die sozialen Beziehungen werden in diesem Alter umgestaltet, mit den Eltern neu verhandelt und über die Familie hinaus gestaltet (Barthelmes & Sander 1999, S. 32-33). Soweit die Sicht der Erwachsenen. Doch was bewegt die Jugendlichen in diesem Alter am meisten?

Um das herauszufinden, hat Fend (1990) Jugendliche gefragt, worauf sie besonders stolz sind, womit sie am meisten Spaß haben und worum sich ihre Sorgen drehen. Das Ergebnis für die Kohorte der 12-Jährigen, die die in dieser Studie befragte Altersgruppe am besten repräsentiert, war: *„Der Stolz gruppiert sich [...] dominant um Leistungen und Kompetenzen, der Spaß um sportliche Aktivitäten und die Sorge um soziale Akzeptanz.“* (Fend 1990, S. 76) Die hier betrachtete Altersgruppe ist also leistungsorientiert und achtet auf ihre Ergebnisse. Sport macht diesen Jugendlichen besonders Spaß, den Jungen noch mehr als den Mädchen. Die sozialen Beziehungen dagegen scheinen besonders herausfordernd zu sein, darum sorgen sich die Jugendlichen, besonders die Mädchen (Fend 1990). Neben den körperlichen Veränderungen, die die Pubertät mit sich bringt und die für die Jugendlichen zu bewältigen sind, müssen sie vor allem ihre sozialen Beziehungen neu gestalten, eigene Werte und Einstellungen entwickeln und vertreten und eine eigene Identität entwickeln (Oerter 1985, S. 22 ff.). Die Jugendlichen erlangen im Laufe ihrer Jugend größere Freiheit und gleichzeitig größere Selbstverantwortung, sie haben weniger äußere Regeln als Kinder, müssen dafür mehr innere Disziplin aufbringen. Sie sind zudem gefordert, Toleranz, Rücksicht und Moral zu entwickeln sowie verantwortungsbewusst und rational ihr Leben zu planen (Fend 1988, S. 130).

„Damit wird das zweite Lebensjahrzehnt zu einer Schlüsselphase im Lebenslauf, zur heute lange dauernden Zwischenstufe von der Kindheit zum Erwachsenenalter. Es gilt hier, die eigene Identität aufzubauen und in der Form von inhaltlichen Weltaneignungsprozessen (Bildung) zu gestalten. Es muss eine von unmittelbaren Kontrollen unabhängige Selbstverantwortung und Selbständigkeit eingeübt werden. Dies alles verlangt auch eine Reorganisation der sozialen Beziehungen, von autoritativen und emotional intensiven Bindungen an Eltern zu selbständig eingegangenen Verpflichtungen und Bindungen an selbstgewählte Partner.“ (Fend 1994, S. 179-180)

In diesem Prozess sind die Medien neben anderen ein wichtiger Faktor, der die Jugendlichen von Beginn an begleitet und beeinflusst. Daher stellt sich die Frage, wie Medien bei der Identitätsbildung mitwirken und was sich die Jugendlichen aus den Medien herausziehen und zunutze machen können. Schließlich ist die Bildung einer eigenen Identität die wichtigste und schwierigste Aufgabe der Jugendlichen, denn Jugend „ist die Phase im Leben, in der die

Widersprüchlichkeit von Identität am stärksten erfahren wird: man muß sich seiner selbst und gleichzeitig seines Bildes in den Augen der anderen gewiß werden“ (Abels 1993, S. 552).

### **2.2.2 Identität und Identitätsbildung**

Die wesentliche Entwicklungsaufgabe der Jugendlichen besteht also in der Bildung einer eigenen Identität.<sup>2</sup> Daher wird hier im ersten Schritt der Prozess der Identitätsbildung allgemein kurz beleuchtet, bevor schließlich die Rolle der Medien in diesem Prozess betrachtet wird. Doch was versteht man unter Identität?

Vereinfacht beschreibt Identität einen Menschen in allen Eigenschaften oder Merkmalen, die ihn individuell prägen und ggf. von anderen Individuen unterscheiden (Flammer & Alsaker 2002; Keupp & Höfer 1997). Man nimmt dabei an, dass der Prozess der Identitätsbildung über die ganze Kindheit stattfindet und in Stufen voranschreitet. Heute geht man sogar davon aus, dass Identitätsbildung ein lebenslanger Prozess ist, der in der Jugend seinen Höhepunkt hat (Keupp et al. 1999, 2009). Identitätsbildung erfolgt mithilfe definierter psychischer Vorgänge, die im Verlauf der Kindheit und Jugend modifiziert werden und an Komplexität zunehmen. Man geht davon aus, „daß Introjektion-Projektion, Identifikation und Identitätsbildung die drei Mechanismen sind, durch die das Ich einen immer reiferen Umgang mit den Identitäten der Vorbilder des Kindes entwickelt“ (Erikson 1966, S. 139). Die Identifikation ist als Vorläufer der Identitätsbildung zu verstehen und dominiert im frühen Stadium. Später werden die kindlichen Identifikationen der Realität angepasst: „Die *Identitätsbildung* schließlich beginnt dort, wo die Brauchbarkeit der Identifikationen endet. Sie entsteht dadurch, daß die Kindheitsidentifikationen teils aufgegeben, teils einander angeglichen und in einer neuen Konfiguration absorbiert werden“ (Erikson 1966, S. 140). Während in der frühen Phase noch die Eltern und frühen Bezugspersonen die wichtigste Rolle für den Prozess der Identifikation spielen, kommen später auch andere soziale Interaktionspartner hinzu und beeinflussen den Prozess der Identitätsbildung. Sie ergänzen den im Kindesalter noch stark von der körperlichen Entwicklung und dem Einfluss der Eltern geprägten Entwicklungsprozess und geben ihm eine soziale Wendung. Gerade im Jugendalter spielen dann soziale Kontakte über die Familie hinaus eine wesentliche Rolle. Die wechselseitige Vernetzung und Bestätigung der Jugendlichen und der Gesellschaft formen die jugendliche Identität in dieser Phase maßgeblich (Keupp et al. 1999; Erikson 1970).

Die heute gebräuchlichen Theorien der Identitätsbildung gehen darüber hinaus davon aus, dass Identitätsbildung kein linearer Prozess ist, der am Ende der Adoleszenz zu einem stabilen Zustand für den Start in das Erwachsenenleben führt, sondern jeden Menschen ein Leben lang begleitet (Keupp 1997, 2009). „Identität wird deshalb nicht mehr als Entstehung

---

<sup>2</sup> Das Konzept der Identitätsbildung geht maßgeblich auf Erik Erikson zurück, der seit den 1960er-Jahren eine Theorie dazu vorgelegt hat, die noch heute den Ausgangspunkt für die meisten Theorien und Diskussionen um Identitätsbildung darstellt (Keupp et al. 1999, Keupp 2009).



eines inneren Kerns thematisiert, sondern als ein Prozessgeschehen beständiger <<alltäglicher Identitätsarbeit>>, wie wir diesen Prozess nennen, als permanente Passungsarbeit zwischen inneren und äußeren Welten.“ (Keupp et al. 1999, S. 39) Allerdings sind viele Konzepte der Identitätsbildung stark theorielastig. Empirische Forschung zur Identitätsbildung wurde dagegen offenbar wenig betrieben und spielt im aktuellen Diskurs keine entscheidende Rolle (Straus & Höfer 1997, S. 270). Heiner Keupp ist einer der Identitätsforscher, die sich auch um die empirische Erforschung des Themas verdient gemacht haben und arbeitet dabei mit folgender Definition:

„Identität verstehen wir als das individuelle Rahmenkonzept einer Person, innerhalb dessen sie ihre Erfahrungen interpretiert und das ihr als Basis für alltägliche Identitätsarbeit dient. In dieser Identitätsarbeit versucht das Subjekt, situativ stimmige Passungen zwischen inneren und äußeren Erfahrungen zu schaffen und unterschiedliche Teilidentitäten zu verknüpfen.“ (Keupp et al. 1999, S. 60)

Diese Definition eignet sich sehr gut für die Perspektive, die im Rahmen dieser Studie eingenommen wird, sie lässt sich nahtlos mit dem Konzept des Bezugsrahmens aus der Transaktionsanalyse verknüpfen, der in dieser Untersuchung als Grundlage des individuellen Weltbildes verstanden wird (vgl. Kapitel „Theorien und Modelle zur Anwendung im Rahmen dieser Untersuchung“, Abschnitt „Transaktionsanalytische Theorie“, „Bezugsrahmen“).

### **2.2.3 Identitätsbildung und Medien**

Nun stellt sich die Frage, wie dieser Prozess der Identitätsbildung mit dem Medienkonsum der Kinder und Jugendlichen zusammenhängt und welche Rolle hier die Medien spielen können. Im Vergleich zu den Jugendgenerationen des 20. Jahrhunderts sind die Jugendlichen heute zwar freier in ihrer Identitätsbildung, weil sie weniger durch gesellschaftliche und soziale Institutionen sozialisiert und reglementiert werden. Bereits in der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts ging der Einfluss von Kirche, regionalen oder Sportvereinen, politischen Strömungen und der Familie sukzessive zurück, hier haben sich über die letzten Jahrzehnte sowohl ein Freiraum als auch ein Vakuum für die Sozialisation Jugendlicher entwickelt. Gleichzeitig sind die Medien immer gegenwärtiger und verfügbarer im Leben von Jugendlichen geworden, das Angebot hat sich geradezu vervielfacht und ist heute rund um die Uhr verfügbar. Auch die Eltern machen mittlerweile deutlich weniger konkrete Vorgaben, wie und wohin sich die Jugendlichen zu entwickeln haben, das fordert von den Jugendlichen, dass sie diese Freiräume eigenständig füllen (Pfadenhauer 2009; Schorb 2009). Damit sind die Jugendlichen geradezu gezwungen, sich die möglichen Modelle und Strategien für die Gestaltung ihres Lebens und ihrer Persönlichkeit an anderer Stelle zu entlehnen. Die Medien mit ihrer Allgegenwart und ihren vielfältigen Angeboten bieten sich hierfür geradezu an. Die Langzeitstudie zur Medienwahrnehmung von Kindern und Jugendlichen vom Deutschen Ju-

gendinstitut (Barthelmes & Sander 1999, 2001) hat Kinder und Jugendliche in den 1990er Jahren jahrelang begleitet, dort hat sich diese Rolle der Medien bereits kontinuierlich gezeigt:

„Die Medien zeigen den Kindern und Jugendlichen insgesamt eine Vielfalt an Welten, Lebensstilen und Ansichten; auf der einen Seite vermitteln die Medien vertraute Welten, auf der anderen Seite erfahren sie über die Medien Situationen, Themen und Probleme, die unmittelbar mit ihrem gegenwärtigen Alltagsleben wenig zu tun haben, jedoch zukünftige Erfahrungen vorwegnehmen können oder utopisch-fiktionalen Charakter haben. Dies weist über das weit hinaus, was Eltern oder andere pädagogische Bezugspersonen ihnen direkt vermitteln und vorleben. Das Nahe und das Nächste verliert dadurch an orientierter Selbstverständlichkeit; es verliert nicht an Bedeutung, doch die Familie ist nicht mehr selbstverständlich der einzige Orientierungsrahmen.“ (Barthelmes & Sander 1999, S. 22-23)

Das Angebot und die Vielfalt der Medien wurden seitdem noch deutlich erweitert und die Jugendlichen finden in den Medien vieles, was sie sonst nicht vorgegeben oder vorgelebt bekommen und können mithilfe der Medien die Lücke füllen, die klassische Sozialisationsinstanzen hinterlassen haben. Aber: „Um Identität zu konstruieren, müssen Menschen verschiedene Erfahrungsfragmente so miteinander verknüpfen, dass ein subjektiv sinnvoller Zusammenhang entsteht.“ (Würfel & Keilhauer 2009, S. 101) Die Jugendlichen stehen also vor der Herausforderung, aus dem unstrukturierten Angebot ein sinnvolles Konstrukt zu weben, das für ihre aktuellen Bedürfnisse und Interessen auch passend ist. Das erfordert Selbstorganisation und eine individuelle Selektionsleistung, die auch von Werten und Vorstellungen abhängen, die für die Jugendlichen heute nicht mehr selbstverständlich von der Gesellschaft geliefert werden (Keupp 2009). Wie gehen die Jugendlichen aber nun an das Medienangebot heran, nach welchen Kriterien selektieren sie?

„Für die Auswahl von Medien sind Wünsche und Interessen entscheidend. Diese bilden sich in Motiven ab. Dahinter steht die Suche nach Themen, denn die Jugendlichen (sowie die Eltern) sind zu bestimmten Zeiten oder in bestimmten Situationen mit jeweils bestimmten Entwicklungsthemen oder Lebensthemen beschäftigt. Gegenüber den Medien entsteht demnach eine ‚thematische Voreingenommenheit‘, eine ‚thematische Bezogenheit‘. ‚Handlungsleitende Themen‘ werden dann zum Auswahlkriterium und die Medien zu ‚symbolischen Vermittlern‘.“ (Barthelmes & Sander 2001, S. 48-49; vgl. auch Charlton & Bachmair 1990; Charlton & Neumann-Braun 1992, Barthelmes & Sander 1999; Wegener 2008; Götz 2013)

Hier schließt sich der Kreis zwischen Entwicklungsthemen und Identitätsbildung, Medien sind soz. „zur primären gesellschaftlichen Orientierungsquelle geworden.“ (Schorb 2009, S. 86)<sup>3</sup> Die Jugendlichen setzen sich mit ihrer Umwelt nicht nur unmittelbar, sondern ganz wesentlich auch über die Medien auseinander (Theunert 2006, S. 25). Die Kinder und Jugendli-

---

<sup>3</sup> Man muss nicht so weit gehen, dass die mediale Wirklichkeit bedeutender wird als die soziale Wirklichkeit, wie das offensichtlich mancher Handlungstheoretiker tut (Bachmair 1996; Röhl 1998). Dennoch bieten die Medien, insbesondere das Fernsehen, heute eine Palette von Möglichkeiten, Themen und Positionen zu erleben und für die Identitätsbildung zu nutzen (vgl. auch Weiß 2001).

chen können also ihren Medienkonsum durchaus gewinnbringend für ihre Entwicklungsaufgaben und ihre Identitätsbildung einsetzen. Wie genau, wird in dieser Studie eingehend hinterfragt. Die Zusammenhänge zwischen ihren eigenen Werten und Vorstellungen und denen ihrer Helden werden in der Befragung aufgezeigt und anschließend in den Tiefeninterviews näher analysiert. Allerdings sind die Jugendlichen einem umfangreichen und allzeit verfügbaren, aber auch vordefinierten Medienangebot ausgesetzt, aus dem sie zwar wählen können, dennoch nur aus dem vorhandenen Angebot. Und darin liegt gleichzeitig eine Herausforderung für die Kinder und Jugendlichen, sie sollen den Umgang mit den Medien steuern und kontrollieren, sich selbst verwirklichen und die eigenen Bedürfnisse befriedigen und gleichzeitig einen verantwortungsvollen Umgang pflegen. Bei Kindern regeln sicher noch vieles die Eltern, Jugendliche haben hier nicht zuletzt eine weitere wichtige altersgemäße Aufgabe zu bewältigen:

„Der einzelne muss vermitteln zwischen der Gesellschaft und sich, hier: zwischen massenmedialem Sinnangebot und eigener Meinung, eigenen Bedürfnissen und Interessen. Diese Vermittlungstätigkeit ist schwierig: Autonomie und (sanfte) Kontrolle liegen nicht nur eng beieinander, sie sind vielmehr komplex ineinander verschränkt. Dieses differenzierte Verschränkungsverhältnis macht den spezifischen Charakter des Medienkonsums in der gegenwärtigen Situation unserer Gesellschaft aus“. (Charlton & Neumann-Braun 1992, S. 114)

In einer Welt, die durchdrungen ist von Medien, ist das eine Aufgabe, die vorhergehende Jugendgenerationen in dieser Form noch nicht leisten mussten. Sie ist Chance und Herausforderung zugleich und wird die jugendliche Wahrnehmung ihrer Umwelt wesentlich beeinflussen. Um diesen Faktor besser einschätzen zu können, sei im Folgenden noch einmal explizit ein Blick auf die Situation der heutigen Jugend im Hinblick auf Medien geworfen.

### **2.3 Medien und der Alltag der Jugendlichen**

Medien sind heute im Alltag allgegenwärtig, sowohl bei Jugendlichen als auch bei Erwachsenen. Jugendliche von den Medien und ihren Botschaften fernzuhalten, kann daher heute kein adäquates Konzept sein. Vielmehr gilt es, den jugendlichen Umgang mit Medien zu verstehen und Bedingungen dafür zu schaffen, dass der Umgang der Jugendlichen mit den Medien ihre Identitätsbildung und ihre entwicklungsgemäßen Herausforderungen konstruktiv unterstützt und nicht nachteilig beeinflusst. Dabei ist zu berücksichtigen, dass das tägliche Leben der Jugendlichen im dritten Jahrtausend von Medien durchsetzt ist, Medien und Alltag lassen sich heute nicht mehr trennen, sie sind eng miteinander verflochten. Medien bestimmen sowohl strukturell wie auch inhaltlich über weite Strecken unsere alltäglichen Lebensformen, weder Schule und Beruf noch Freizeit oder notwendige Alltagsroutinen sind noch ohne Medien denkbar (Krotz 2001, 2007). Beispielsweise wirken die Medien häufig als

Zeitgeber für den Alltag der Menschen.<sup>4</sup> Die inhaltliche und soziale Durchdringung des Alltags durch die Medien ist im Zeitalter der Medienkonvergenz noch ausgeprägter als die zeitliche. Mit den Inhalten werden auch kulturelle und soziale Verhaltensmuster erzeugt, die im Rahmen der Medienrezeption verinnerlicht werden. Zudem entstehen durch neue Technologien neue Interaktionsmuster, die untrennbar mit dem Medienkonsum verbunden sind. Die Verquickung von Medien und Alltag hat folglich viel tiefere Konsequenzen als eine zeitliche und inhaltliche Integration der Medienrezeption in den Alltag, vielmehr geht es um eine veränderte kulturelle und gesellschaftliche Praxis, die durch den mediatisierten Alltag erzeugt wird (Göttlich 2010, S. 30 ff.; Krotz 2001 und 2007; Hartmann & Hepp 2010). Mit jeder der zahlreichen technologischen Neuerungen – die immer schneller und umfassender in das Leben der Menschen kommen – werden Medien und Alltag mehr integriert und verschmolzen. Insbesondere Jugendliche gehen daher (all-)täglich mit Medien um, ohne sich dem noch entziehen zu können und zu wollen.

„Damit gestalten sie nicht nur medienbezogen ihre Freizeit, sondern entwickeln gemeinsame Bezugsrahmen für ihre Verständigung, in denen sie soziales Lernen und Handeln erproben. Abstrakt formuliert, bieten Medien neben Fantasie-Räumen der subjektiven Innen-Welt auch soziale Räume, die z.B. durch die gemeinsamen Medien-Bilder entstehen.“ (Bachmair 2005, S. 105)

Doch was bedeutet das strukturelle Phänomen der Mediatisierung nun sozial und kulturell für die Jugendlichen und wie beeinflussen sie ihre Wahrnehmung und ihr Handeln bezüglich Medien? Im Folgenden wird skizziert, wie sich der Alltag der Jugendlichen bezüglich ihrer sozialen Mechanismen und ihrer kulturellen Einbindung im Hinblick auf Medien gestaltet.

### **2.3.1 Medienhandeln**

Im Rahmen dieser Studie wird ein Verständnis der Medienrezeption vorausgesetzt, das dem des Medienhandelns<sup>5</sup> und einer Wechselwirkung zwischen der Lebenswelt der Rezipienten und der Medienrezeption entspricht<sup>6</sup>: „Die Beziehung zwischen Medienkonsum und alltäglicher Handlungspraxis ist wechselseitig: Einerseits wird der Medienkonsum von den alltäglichen Lebensvollzügen und den lebensweltlichen Verweisungshorizonten beeinflusst,

<sup>4</sup> Nicht nur mit zeitlicher Taktung, z.B. in Vorabend- und Abendprogramm durch die Tagesschau (vgl. Neverla 2010; S.183), sondern vielfältiger, etwa im Hinblick auf begrenzte Zeitbudgets für Mediennutzung, (Wilhelm & Seufert 2011), den Einfluss von Zeit und Raum auf die Mediennutzung (Hottner 2011) oder die Gestaltung des Medienkonsums in einer zeitlich flexibilisierten Medienwelt (Hölig, Domeyer & Hasebrink 2011).

<sup>5</sup> Das Konzept des Medienhandelns ist in Deutschland seit den 1990er Jahren vor allem im Rahmen der qualitativen handlungstheoretischen (Hepp 2005; Krotz 2005a; Mikos 2005a; Winter 2010) und der strukturanalytischen Rezeptionsforschung (Charlton & Neumann 1990; Charlton & Neumann-Braun 1992; Charlton & Borcsa 1997, Neumann-Braun 2005) ausgearbeitet und angewandt worden. Diese Sicht auf den Umgang mit Medien ist aber nicht zwangsweise an diese Art der Forschung gebunden, sondern lässt sich auch im Rahmen anderer Forschungskonzeptionen sinnvoll anwenden.

<sup>6</sup> Genauer dargelegt im Kapitel „Verortung dieser Studie in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitt „Prämissen für die Verortung dieser Studie“.

andererseits wirken die Erlebnisse und Erfahrungen beim Medienkonsum eben auch auf jene alltäglichen Lebensvollzüge zurück.“ (Mikos 2005, S. 80) Das bedeutet, dass die Jugendlichen als aktiv handelnde Personen ihren Medienkonsum gemäß ihrer Bedürfnisse gestalten und für sich gewinnbringend einsetzen (können). Sie gestalten ihre Medienerlebnisse nicht nur im Hinblick auf ihre Informations- oder Unterhaltungsbedürfnisse, sondern auch im Hinblick auf ihre Entwicklungsthemen und die Verarbeitung ihrer jugendlichen Wert- und Moralvorstellungen. „So ist auch der Prozess der Medienrezeption keine passive Assimilation des medialen Produkts, sondern *immer* ein aktiver und kreativer Prozess der Interpretation und Bewertung“ (Winter 2010, S. 153; vgl. Bisky & Wiedemann 1985, S. 64 ff.). Die Rezipienten konstruieren ihr eigenes Rezeptionserlebnis, je nach persönlichen Vorbedingungen und Bedürfnissen. Unterschiedliche Rezipienten konstruieren also auch bei der Rezeption ein und desselben Medienproduktes unterschiedliche Rezeptionserlebnisse, da eine gewisse Vieldeutigkeit in jedem Medienprodukt angelegt ist, je nach Medienprodukt mehr oder weniger (vgl. Winter 2010, S. 131 ff.).

Medienhandeln ist also ein individuelles Geschehen, das sich zwischen einzelnen Rezipienten unterscheidet. Es handelt sich dabei um ein Geschehen in mehreren Schritten, das bereits vor der Rezeptionssituation beginnt und deutlich nach der Rezeptionssituation endet. Zuerst setzt es die aktive Herbeiführung einer Rezeptionssituation voraus: „Medienhandeln im Alltag geht mit einer Zuwendung zum Medium einher. Die im Alltag handelnden Individuen planen einen Rezeptionsakt, führen ihn durch oder haben ihn durchgeführt und benutzen das, was sie gelesen, gehört oder gesehen haben, auf irgendeine Weise in ihrem Alltag.“ (Mikos 2005, S. 84)

Medienhandeln geht also über die Rezeptionssituation hinaus, es beginnt mit der Planung oder Absicht zur Rezeption, schließt alle Aspekte der Rezeption ein und umfasst auch Prozesse im Nachgang zur Rezeption wie sozialen Austausch über die Medienrezeption, die Auswirkungen der Rezeption auf das Wissen und Handeln der Rezipienten und eventuelle Anschlusshandlungen wie weitere Recherche oder Einflüsse auf Kommunikation und Handeln zu einem Medienthema im Alltag. Mit diesem umfassenden Verständnis des Medienhandelns wirkt die Medienrezeption tief in den Alltag der Rezipienten hinein und beeinflusst auch das Alltagshandeln der Rezipienten nach der Rezeption und die nächste Medienrezeption. Und mit diesem Verständnis von Medienhandeln ist man bei den Wechselwirkungen zwischen Medienrezeption und Bezugsrahmen angelangt, wie er in dieser Studie verstanden wird. Menschen wählen aufgrund ihrer Überzeugungen, Neigungen und Vorlieben ein bestimmtes Programm, setzen sich aufgrund ihrer Persönlichkeitsstruktur auf ihre individuelle Weise damit auseinander und verarbeiten es ebenso individuell. Sie verweben es in ihren persönlichen sozialen Kontext, handeln auf Basis ihrer Überzeugungen und Erfahrungen, die sie auch via Medienrezeption formen und die ihre sozialen Handlungen beeinflussen. Damit

wirken sie wieder auf Überzeugungen und persönliche Erfahrungen zurück und beeinflussen auf diese Weise ihren Bezugsrahmen. Damit ist Medienhandeln ein wesentlicher und aktiver Beitrag zur Pflege des Bezugsrahmens und ein wichtiger Faktor im sozialen Handeln der Rezipienten.

### **2.3.2 Medienaneignung**

Betrachtet man den Rezeptionsvorgang weniger individuell als vielmehr vor seinem gesellschaftlichen bzw. kulturellen Hintergrund, mündet die Betrachtung des Rezeptionsgeschehens in das Konzept der Medienaneignung. Medienaneignung ist im Rahmen der Cultural Studies populär geworden, da hier, in Abgrenzung zur Medienwirkungsforschung davor, eine andere Perspektive auf die Rolle der Rezipienten eingenommen werden sollte:

„Innerhalb der Cultural Studies kam >>Aneignung<< auf, um begrifflich zu fassen, dass der alltägliche Umgang mit Medien aus der Perspektive der >>Menschen<< bzw. >>Leute<< nicht mit Konzepten einer eindimensionalen Wirkung, Manipulation oder (individuellen) Gratifikation gefasst werden kann, sondern einen sowohl aktiven als auch kulturell umfassend kontextualisierten Prozess des >>Sich-zu-Eigen-Machens<< von Medieninhalten darstellt.“ (Hepp 2005, S. 67)

Dieser Prozess des Sich-zu-Eigen-Machens wird nicht als Einbahnstraße vom Medium zu den Rezipienten gedacht und auch nicht als bedürfnisgeleiteter Auswahlprozess der Rezipienten mit teleologischem Nutzen. Vielmehr wird der Rezeptionsprozess hier als komplexes Geschehen skizziert, in dem kulturelle und soziale Rahmenbedingungen sowie individuelle Rezipienteneinflüsse eine wichtige Rolle spielen: „Insgesamt kann man [...] festhalten, dass der Ausdruck >>Aneignung<< generell zu fassen sucht, dass sich Menschen eingebettet in kulturelle Kontexte in einem aktiven Prozess Medieninhalte zu Eigen machen.“ (Hepp 2005, S. 69)

In dieser Studie wird der gesamte Prozess von der Selektion, über die konkrete Rezeptionssituation bis hin zur individuellen und sozialen Verarbeitung der Medienangebote als Medienaneignung verstanden.<sup>7</sup> „Zusammengefasst meint Medienaneignung also den komplexen Prozess der Nutzung, Wahrnehmung, Bewertung und Verarbeitung von Medien aus der Sicht der Subjekte unter Einbeziehung ihrer – auch medialen – Lebenskontexte.“ (Schorb & Theunert 2000, S. 35) Mit diesem Spektrum wird eine Perspektive auf den Rezeptionsprozess eröffnet, die einen direkten Zusammenhang zwischen allen Schritten des Rezeptionsprozesses unterstellt und damit den Bogen vom ersten bis zum letzten (und wieder zum ersten) Schritt des Rezeptionsprozesses spannt (vgl. auch Charlton & Schneider 1997, S. 16). Und genau dieser Zusammenhang ist im Rahmen dieser Studie von Interesse, die einen gemeinsamen Hintergrund für alle Schritte des Medienhandelns postuliert. Dieser Hinter-

---

<sup>7</sup> In der deutschsprachigen Rezeptionsforschung besteht mitunter die Tendenz, den Begriff der kommunikativen Aneignung auf die Kommunikation über Medieninhalte einzugrenzen (Hepp 2005, S. 69). Dieser Tendenz wird in dieser Studie nicht gefolgt, hier wird ein breiteres Verständnis der Medienaneignung zugrunde gelegt.

grund ist einerseits von den individuellen und sozialen Bedingungen der Rezipienten, andererseits von gesellschaftlichen und kulturellen Einflüssen geprägt und beeinflusst alle Aspekte der Medienaneignung. „Medienaneignung umfasst die selektiven, mentalen, kommunikativen und eigentätigen Akte der Realisierung der Angebote der Medienwelt, deren sinnverstehende Interpretation vor dem Hintergrund von persönlicher Biografie und Lebensbedingungen sowie deren subjektiv variierende und variierte Integration in das eigene Leben.“ (Theunert & Schorb 2010, S. 249)

Damit ist das Konzept der Medienaneignung ideal geeignet, um die Hypothese von der zentralen Rolle der psychologischen Grundmuster in der Wahl und Bewertung der Medienhelden der Jugendlichen näher zu untersuchen. Auch die Wechselwirkung zwischen persönlichen und sozialen Faktoren mit dem Medienhandeln der Rezipienten bildet eine geeignete Prämisse für die Untersuchung der Forschungsfragen und Hypothesen dieser Studie. Die Verschränkung von Rezipientenpersönlichkeit und deren sozialer und kultureller Alltagswirklichkeit mit deren Medienrezeption entspricht den Annahmen für die Wechselwirkung zwischen Persönlichkeit, Sozialisation und Medienrezeption, die dieser Studie zugrunde liegen: „Studien zur kommunikativen Aneignung des Fernsehprogramms haben gezeigt, dass der Alltag der Zuschauer den Bezugsrahmen für die Wahrnehmung und Deutung der Fernsehsendungen sowie deren Übernahme in den Alltag bereitstellt.“ (Mikos 2005, S. 84)

Der Bezugsrahmen eines Menschen ist geprägt von seinen individuellen Überzeugungen und Erfahrungen sowie von gesellschaftlichen und kulturellen Einflussfaktoren und wird durch Wechselwirkungen zwischen persönlicher Entwicklung, Sozialisation und kulturellen Rahmenbedingungen entwickelt. Die Medien fügen sich nahtlos in dieses Geflecht von Einflussfaktoren ein. Wie diese Zusammenhänge im Hinblick auf die Überzeugungen Jugendlicher und der Wahrnehmung ihrer Fernsehhelden zusammenwirken, ist ein Interesse dieser Studie.

### **2.3.3 Medienkompetenz**

Nun stellt sich die Frage, wie man diesen Prozess so unterstützen kann, dass er für die jugendlichen Fernsehzuschauer und Mediennutzer konstruktiv verläuft und sie stabil macht für eventuelle negative Einflüsse. Nach jedem Amoklauf von jugendlichen Schülern keimt erneut die Diskussion um die schädliche Wirkung der Medien auf, obwohl allein die hohe Zahl der Jugendlichen, die Medien nutzen und keine Amokläufer werden, gegen einen einfachen kausalen Zusammenhang zwischen Medienkonsum und Gewalthandlungen spricht (vgl. auch Fromm 2002; Bergmann & Hüther 2010). Vielmehr stellt sich in diesem Zusammenhang die Frage, warum die überwiegende Zahl der Jugendlichen sehr gut mit ihrem Medienkonsum umgehen kann und nur einige wenige in eine Situation geraten, in der sie Realität und mediales Erleben nicht mehr trennen können und daher Gewaltszenarien, wie sie sie

aus den Medien kennen, in ihrem alltäglichen Leben nachahmen. Offensichtlich haben fast alle Jugendlichen eine Fähigkeit zum adäquaten Umgang mit Medien, die einzelne Ausnahmefälle vermissen lassen. Eine spezielle Kompetenz also, die sich auf den Umgang mit Medien bezieht und die heute zum Leben dazugehört, nämlich Medienkompetenz.

Die althergebrachte „Bewahrpädagogik“ (Hoffman 2008, S. 42) eignet sich für den alltäglichen Umgang mit Medien im Zeitalter der Mediatisierung des Alltags kaum noch, um die Jugendlichen für den täglichen Umgang mit den Medien fit zu machen. Vielmehr muss genau diese Alltäglichkeit des Medienumgangs und seine Verflechtung mit dem alltäglichen Leben berücksichtigt werden, um einen selbst organisierten Umgang der Jugendlichen mit den Medien im Rahmen ihres Heranwachsens und ihrer Sozialisation herbeizuführen (Hugger 2008, S. 295). Auch die Frage, wie man diesen Prozess unterstützen kann, wird sich in dieser Studie stellen, wenn es darum geht, zu untersuchen, wie sich die Jugendlichen mit ihren Fernsehhelden identifizieren und welche Vorbilder sie bevorzugen. Was sie aus den Medien glauben, lernen zu können und welche Verhaltensweisen sie gerne übernehmen möchten, ist in diesem Zusammenhang von Interesse.<sup>8</sup> In diesem Kontext wird zu fragen sein, welche Faktoren die Medienkompetenz der Jugendlichen stärken und wie sie vor negativen Einflüssen durch Medienkonsum bewahrt werden können. Medienkompetenz als Sozialisationsprodukt, das wiederum auf den Umgang mit Medien zurückwirkt, ist gleichzeitig Teil der Medienaneignung und beeinflusst den individuellen Bezugsrahmen, vor dessen Hintergrund der Alltag, die sozialen Beziehungen eines Menschen und seine Medienerlebnisse gestaltet werden. Damit schließt sich der Kreis von individueller Prägung, über Sozialisation und Medienaneignung bis hin zur Medienkompetenz, die wiederum Teil der individuellen Prägung wird.

## **2.4 *Forschung zum Thema Jugendliche und Medienhelden***

Will man die für diese Studie relevanten Befunde aus der Forschung zu Jugendlichen und Medienhelden zusammentragen, stellt sich die Frage, welche Beiträge man heranzieht und welche nicht. Sämtliche Ergebnisse zum Thema Jugendliche und Medienhelden, unabhängig von Zielrichtung und Vorgehen, zu betrachten, würde zu weit führen. Daher werden im Folgenden – grob chronologisch geordnet, um die Entwicklung zu skizzieren – exemplarische Forschungsarbeiten aus verschiedenen Institutionen und Forschungstraditionen der letzten drei Jahrzehnte vorgestellt, die unterschiedliche Anknüpfungspunkte für die hier vorliegende Untersuchung bieten. Aus den letzten drei Jahrzehnten deshalb, weil das der relevante Zeitraum seit Einführung des Privatfernsehens in Deutschland und damit der Ausweitung und Vervielfältigung der Programmangebote ist, die zu den hier betrachteten Fragestel-

---

<sup>8</sup> vgl. Kapitel „Soziale Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden“



lungen geführt haben. Unterschiedliche Anknüpfungspunkte und Traditionen, um den Zugang zu Thema und Methode dieser Studie aus verschiedenen Perspektiven aufzuzeigen.

Inhaltlich werden bei dieser Auswahl von Studien verschiedene Anknüpfungspunkte für die Zusammenhänge und Wechselwirkungen zwischen Rezipientenpersönlichkeit und Fernseh Wahrnehmung dargestellt, denn die wesentliche Zielsetzung dieser Studie ist es, den Einfluss der Charaktermerkmale der Jugendlichen auf Auswahl und Wahrnehmung ihrer Fernsehhelden zu untersuchen. Ziel ist es, Muster für Übereinstimmungen bzw. Unterschiede zu finden. Dafür ist entscheidend, inwiefern Ähnlichkeiten oder Unterschiede zwischen den Charakteren von Jugendlichen und Fernsehhelden die Akzeptanz ihrer Helden beeinflussen. Eine Studie mit dieser Fragestellung und Vorgehensweise lässt sich bisher in der medienwissenschaftlichen Forschung nicht finden, Anknüpfungspunkte für die Zusammenhänge zwischen der Persönlichkeit der Rezipienten und ihrer Fernseh Wahrnehmung gibt es aber zuhauf. Aus diesen Beispielen werden einige stellvertretend für die vielfältigen Forschungsergebnisse ausgewählt und anhand des jeweils genutzten Konzepts für die Betrachtung der Zusammenhänge zwischen Rezipientenpersönlichkeit und Medienangebot vorgestellt, die Anknüpfungspunkte zur hier vorliegenden Untersuchung werden am Ende eines jeden Abschnittes konkretisiert.

#### **2.4.1 *Programmangebot trifft auf reale Erfahrungen und Bedürfnisse***

Der Beginn der empirischen Forschung zu Kindern und ihren Fernsehhelden in Deutschland war vor allem von der Sorge um die jungen Rezipienten geprägt. Man fragte sich vor allem, inwiefern das Fernsehen negative Einflüsse auf die Werte, Normen und Verhaltensweisen der Kinder und Jugendlichen haben könnte und ob das junge Publikum von dem fiktiven Programm nicht überwältigt wird. Dazu gab es nach der Einführung des Privatfernsehens Mitte der 1980er Jahre viele offene Fragen, um die Gefährlichkeit der neuen Angebote einzuschätzen.<sup>9</sup> In Studien dazu wurde intensiv der Frage nachgegangen, wie Kinder und Jugendliche mit Formaten rund um Action- und Zeichentrickhelden umgehen, später auch mit den Protagonisten in Realfilmserien. Bereits in diesen Studien kristallisierte sich – trotz aller Sorge – klar heraus, dass die Kinder und Jugendlichen nicht einfach Opfer von Fernsehangeboten sind, die sie gefährden und mit denen sie nicht umgehen können: „Kinder sind in diesem Sinne keine ‚bewußtlosen‘ Konsumenten von Fernsehprogrammen, sondern greifen im Kontext ihres handlungsleitenden Interesses auf bestimmte Programmangebote und – vor allem – innerhalb dieser Angebote auf bestimmte Inhalte zu.“ (Theunert & Schorb 1996,

---

<sup>9</sup> Seit den 1990er Jahren gab es deshalb eine relativ ausgeprägte Forschungstätigkeit im Auftrag der Landesmedienanstalten zu den Fragen, wie Kinder mit Fernsehhelden, insbesondere in Zeichentrickformaten und Serien, umgehen (vgl. etwa Schorb & Anfang 1990; Schorb et al. 1992; Theunert 1993; BLM 1996; Theunert & Schorb 1996; Aufenanger et al. 1996; Theunert & Gebel 2000).

S. 216)<sup>10</sup> Schon damals zeichnete sich ab, dass Kinder und Jugendliche auf Basis ihrer realen Erfahrungen und Bedürfnisse mit dem Programmangebot interagieren und ihre Medienaneignung von persönlichen Themen und Vorlieben stark beeinflusst ist. Die Wechselwirkung zwischen der Persönlichkeit und der Situation der Kinder und Jugendlichen und den von ihnen so geschätzten Programmangeboten wurde damals herausgearbeitet, ein Bezug zwischen den Werten und Charaktereigenschaften der Kinder und Jugendlichen und ihrer Helden aber nicht.

Diese Forschung bereitete vor allem für die qualitativen Untersuchungen unterschiedlicher Forschungsstränge den Boden, war aber primär der Gefahrenevaluation für die jungen Fernsehzuschauer gewidmet. Differenzierte Zusammenhänge zwischen einzelnen Charaktermerkmalen der Kinder und Jugendlichen und ihrer Fernsehhelden, wie es Ziel der hier vorliegenden Untersuchung ist, wurden in diesem Zusammenhang nicht näher betrachtet. Als Anknüpfungspunkte für das hier verfolgte Forschungsinteresse sind aber die Erträge zur erfahrungsgetriebenen Wahrnehmung der Angebote und der Nutzung nach persönlichen Bedürfnissen und Themen der Kinder und Jugendlichen ein wichtiger Aspekt. Schon damals wurde deutlich, dass die Kinder und Jugendlichen selbstbestimmte Rezipienten sind, die sich ihren Medienkonsum für ihre Bedürfnisse zunutze machen und nicht passiv von ihren Medienhelden überrollt werden. Sie wählen ihre Helden nach für sie passenden Themen und verarbeiten die angebotenen Geschichten in Bezug auf ihre eigenen Interessen (Theunert & Schorb 1996). Sie verknüpfen die Mediengeschichten und eigene Themen und Bedürfnisse direkt in ihrer Medienwahrnehmung, welches auch als Verknüpfung von Bezugsrahmen und Medienangebot verstanden werden kann.

#### **2.4.2 Subjektive Perspektive und thematische Voreingenommenheit**

Parallel dazu entwickelte sich in der handlungstheoretisch orientierten Medienforschung in Deutschland eine Tradition der Forschung zur Identitätsbildung mithilfe der Medien, die sich intensiv mit der Medienaneignung von Kindern und Jugendlichen befasst und ihre Fernsehhelden einschließt.<sup>11</sup> In der handlungstheoretischen Forschungstradition gibt es verschiedene Ansätze zur Medienaneignung, die zumindest einige Grundannahmen gemeinsam haben: Rezeption und Aneignung von Medien sind ein Teil der Alltagspraxis und die Medienaneignung ist ein Teil der individuellen Kommunikation der Rezipienten mit sich

---

<sup>10</sup> Das bedeutete in der hitzig geführten Diskussion selbstverständlich nicht, dass die – auch gewalthaltigen – Serien für Kinder und Jugendliche uneingeschränkt geeignet waren oder sind, aber es wurde deutlich, dass Verbote von bestimmten Formaten und das Fernhalten der Kinder vom Fernsehen keine geeigneten Lösungen darstellen und dass die Zusammenhänge komplex sind und weiterreichende Strategien erfordern. Dies mündete in eine Debatte über Medienkompetenz und Qualitätsfernsehen für Kinder, die über viele Jahre andauerte (z.B. Appelhoff 1998; Schell et al. 1999; Schächter 2001; LPR Hessen 2008).

<sup>11</sup> Bereits seit den 1980er Jahren haben vor allem Ben Bachmair (1984, 1985, 1988) mit seinen Forschungen zu Kindern und Jugendlichen und Michael Charlton, Klaus Neumann-Braun (1986, 1988; 1990, 1992) und Mitarbeiter wegweisende Studien zur Medienaneignung von Kindern und Jugendlichen durchgeführt.

selbst (Intrakommunikation), aber auch der Kommunikation mit anderen (Interkommunikation) (Neumann-Braun 2000, S. 189). Ausführlich ausgearbeitet und vorwiegend in der Forschung mit Kindern und Jugendlichen angewandt, wurde besonders die strukturanalytische Rezeptionsforschung<sup>12</sup>: „Wesentlich für das Modell ist die Sicht auf den Rezipienten als aktiv handelndes Individuum, das die Auseinandersetzung mit Medien durch seine Auswahl, selektive Zuwendung und seine thematisch voreingenommene Auffassung vor, während und nach der eigentlichen Rezeption bestimmt.“ (Neumann-Braun 2005, S. 58)

Im Zuge von Forschungen mit Kindern über längere Zeit, wurden unter anderem die themenbezogene Auswahl von Mediengeschichten und die „thematische Voreingenommenheit“ bei der Rezeption herausgearbeitet. Charlton und Neumann-Braun (1990) kommen zu dem Ergebnis, dass die Kinder Mediengeschichten passend zu ihren aktuellen Themen auswählen und auch so steuern, dass sie damit ihre persönliche „Selbstaueinandersetzung“ weiterführen (Charlton und Neumann-Braun 1990, S. 102).

„Im Verlauf unserer Rezeptionsanalysen haben wir dann festgestellt, daß die beobachteten Kinder die Mediengeschichten unter einer subjektiven Perspektive betrachtet haben. Diese subjektiven Auffassungen erwiesen sich dabei nicht bloß als irgendwelche zufälligen Mißverständnisse über die wahre Bedeutung des Textes. Vielmehr entstand der Eindruck, daß die Mediengeschichte von dem jeweiligen Rezipienten zu seinen eigenen Themen in Beziehung gesetzt worden war. Wir nannten diese subjektive Wahrnehmungsweise des kindlichen Rezipienten seine ‚thematische Voreingenommenheit‘.“ (Charlton und Neumann-Braun 1990, S. 103)

Hier wurden also zwei wesentliche Voraussetzungen zur Medienaneignung von Kindern, die heute in vielen Studien vorausgesetzt werden, in der empirischen Arbeit mit Kindern in intensiven Einzelfallanalysen erarbeitet. Auch im Hinblick auf die kindliche Identitätsbildung wurden in dieser Studie bereits wichtige Fragen gestellt, die die weitere Forschung zu dem Thema grundlegend beeinflusst haben. Diese Ergebnisse haben sich in vielen nachfolgenden Studien bestätigt und können heute als gesicherte Erkenntnisse für die Forschung zur Medienaneignung von Kindern und Jugendlichen betrachtet werden.

„Das Rezeptionsgeschehen wird als ein mehrschrittiger Prozess angesehen, in welchem sich ein sozial situierter und biographisch vorgeprägter Rezipient in Beziehung zu einem kulturellen Sinnangebot setzt. Neben dem aktuellen Kontext der Rezeption spielen die Bedürfnisse der Rezipienten und deren kognitive und soziale Kompetenz eine entscheidende Rolle bei der Auseinandersetzung mit dem Medienangebot.“ (Charlton 1997, S. 23)

So wurden bereits in den frühen handlungstheoretischen Studien grundsätzliche Erkenntnisse zur Wechselwirkung zwischen Rezipientenpersönlichkeit, persönlichen Lebens-

<sup>12</sup> Der Ansatz wurde im Rahmen verschiedener Forschungsprogramme entwickelt: DFG-Schwerpunktprogramm >>Publizistische Medienwirkungen<< (Schulz 1992), DFG-Sonderforschungsbereich 321 >>Übergänge und Spannungsfelder zwischen Mündlichkeit und Schriftlichkeit<< (Raible u.a. 1987), DFG-Forschungsprojekt >>Natürliche Peer-Groups Jugendlicher << (Schmidt & Neumann-Braun 2003) und >>Lesesozialisation in der Mediengesellschaft<< (Groeben 1999) (Neumann-Braun 2005, S. 58).

themen und der Medienrezeption entdeckt und empirisch belegt (Charlton und Neumann-Braun 1990). Das passierte in erster Linie bezogen auf die jeweils untersuchten Mediengeschichten und nicht bezogen auf die Helden oder Lieblingspersonen der Kinder. Hier kann weitere Forschung direkt anschließen. Damals wurde auch noch kein Zusammenhang zwischen den Persönlichkeitsmerkmalen der Medienpersonen und denen der Rezipienten hergestellt, aber mit dem Anknüpfungspunkt der subjektiven Themen eine wichtige Grundlage für solche weiteren Forschungen gelegt. Die Verbindung von Biografie, sozialer und kognitiver Kompetenz und der Wahrnehmung der Medienangebote geht deutlich in die Richtung, die in dieser Studie eingeschlagen wird. In der hier vorliegenden Studie wird dies als Voraussetzung für das Verständnis des Rezeptionsprozesses und der Medienaneignung angenommen und als Basis für tiefergehende Fragestellungen verwendet. Die subjektiven Themen sind Teil des individuellen Bezugsrahmens der Kinder und Jugendlichen und beeinflussen somit ihre Wahrnehmung und die Verarbeitung der Medienangebote in ihrem individuellen Sinne, indem sie sowohl ihr Verhalten im Umgang mit den Medieninhalten als auch ihre Erfahrungen damit bestimmen.

### **2.4.3 Lebensweltliche Einflüsse und mediale Vorlieben**

Aus einer anderen Perspektive und mithilfe von quantifizierender Forschung und großen Fallzahlen wurde ebenfalls bereits in den 1990er Jahren die Wechselwirkung zwischen Lebenswelt und Medienwahrnehmung vor dem Hintergrund der Gewaltforschung evaluiert.<sup>13</sup> In der UNESCO-Medienstudie stellte sich heraus, dass für 26 Prozent der Jugendlichen ihre Actionhelden Vorbilder sind. Erwartungsgemäß nach allgemein bekannten Genrevorlieben war der Wert bei den Jungen noch etwas höher (30 Prozent) und bei den Mädchen etwas niedriger (21 Prozent) (Groebel 1998, S. 553). Dass bei den Jugendlichen ihre Lieblingspersonen aus Film und Fernsehen einen großen Anteil an den Vorbildern haben, ist nach den Umfrageergebnissen der letzten Jahre in Deutschland (siehe oben, Abschnitt „Jugendliche und Vorbilder“) nicht überraschend, dass dies aber in dem Umfang auf Actionhelden zutrifft, schon. Im internationalen Vergleich liegen europäische Länder im Mittelfeld, mit Abstand am beliebtesten sind die Actionhelden in Asien (Groebel 1998, S. 553). Das mag am Angebot und kulturellen Vorlieben für Mangas und Animes liegen, allerdings ging es bei den erwähnten Helden nicht nur um Zeichentrick, sondern auch um Erwachsenenformate wie Terminator oder Rambo, die sich offensichtlich global bei Jugendlichen im Alter von zwölf Jahren hoher Beliebtheit erfreuen. Bemerkenswert war an den Ergebnissen im Hinblick auf das hier vorliegende Forschungsinteresse, dass der Anteil der Fans in „hochaggressiver Umgebung“ besonders hoch ist (51 Prozent) (Groebel 1998, S. 553). Und genau die Jugendlichen, die

<sup>13</sup> Dafür hat die UNESCO eine der größten internationalen Medienstudien in Auftrag gegeben, an der rund 5000 zwölfjährige Kinder in 23 Ländern teilgenommen haben (Groebel 1997).

selbst bereits Gewalt erfahren haben und/oder in einer gewaltsamen Umgebung leben, rechnen auch eher mit Gewalt in ihrem Leben, halten Menschen eher für „böartig“ und haben öfter „Spaß“ an Gewalt (Groebel 1998, S. 553). Hier zeigt sich deutlich eine Koinzidenz von gewaltsamer Prädisposition im Sinne von entsprechenden Erfahrungen und Erwartungen sowie der Neigung, Gewalt für alltäglich zu halten und in den Medien zu goutieren. Dabei handelt es sich offensichtlich um ein multifaktorielles Geschehen, das sich wechselseitig verstärkt und in den Medienvorlieben und der Wahl der Fernsehhelden widerspiegelt (Groebel 1998, S. 553).

Auch wenn die damalige Diskussion um Gewalt in den Medien zwischen Wirkungslosigkeit und Allmacht der Medien schwankte, war ein solches Ergebnis ist nicht nur in der UNESCO-Medienstudie sichtbar geworden, sondern auch in anderen Untersuchungen war ein Zusammenhang zwischen Alltagsfaktoren und Medienkonsum vermutet worden (stellvertretend für die damalige Diskussion: Kunczik 1996; Charlton et al. 1996; Zeitter et al. 1996). Aufgrund der hohen Teilnehmerzahl und des globalen Untersuchungsdesigns dieser Studie, das hohe Validität und Repräsentativität verspricht, ist es in dieser Deutlichkeit allerdings bemerkenswert. Ein Zusammenhang zwischen den lebensweltlichen Einflüssen, den medialen Vorlieben und dem Ineinandergreifen von alltäglichen Erfahrungen und sozialen und medialen Sozialisationsprozessen scheint hier nur schwer zu leugnen und sich buchstäblich wechselseitig zu bedingen. Dieses Ergebnis ist ein Hinweis in genau die Richtung, auf die die Fragestellung der hier vorliegenden Studie abzielt. Dieser Hinweis bezieht sich allerdings auf den speziellen Aspekt Gewalt, die hier vorliegende Studie geht der Frage nach, ob solche Zusammenhänge nicht in einem viel größeren Kontext angenommen werden können. Mit dem Konzept des Bezugsrahmens lassen sich genau solche Wechselwirkungen zwischen Sozialisation, persönlichen Vorlieben und Auswahl und Wahrnehmung von Medienangeboten nachvollziehen, über einzelne Untersuchungsdimensionen hinaus. Mit der Abbildung auf Persönlichkeitsmuster lässt sich der Zusammenhang auf die Jugendlichen und ihre Fernsehhelden beziehen und überprüfen.

#### **2.4.4 Medienhandlungstypen**

Ein weiterer qualitativer Ansatz zur Medienaneignung von Kindern und Jugendlichen wurde mit den Medienhandlungstypen von Ingrid Paus-Haase erarbeitet, der ebenfalls Ende der 1990er Jahre vorgelegt wurde. Die Autorin hat sich bereits seit Anfang der 1990er Jahre intensiv mit Kindern und ihren Fernsehhelden auseinandergesetzt, als die medienpädagogische Diskussion nach der Einführung des Privatfernsehens voll im Gange und die handlungstheoretische Medienforschung mit Kindern und Jugendlichen gerade im Aufbau war.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Bereits 1991 hat sie in einer Studie der Arbeitsgruppe Programmanalyse an der Universität Münster ca. 200 Kinder im Kindergarten- und Grundschulalter befragt (Paus-Haase 1992). In der Studie von 1992 wurde

Seit damals hat sich die Autorin wiederholt um Methoden und Konzepte verdient gemacht, mit denen auch kleinere Kinder befragt werden können, und adäquate Methodenergänzungen entwickelt, um die Forschung mit Kindern und Jugendlichen zu verbessern (vgl. beispielsweise Paus-Haase & Schorb 2000; Paus-Hasebrink 2005a und 2005b).

Unter Zuhilfenahme der empirischen Forschungsergebnisse aus den frühen 1990er Jahren (Paus-Haase 1992) hat Paus-Haase schließlich ihre Habilitationsschrift zum Thema „Heldenbilder im Fernsehen“ (Paus-Haase 1998) vorgelegt, in der sie zehn verschiedene Medienhandlungstypen erarbeitet hat, die man heute wohl als Aneignungsweisen betrachten würde. Diese Handlungstypen werden im Rahmen von drei Dimensionen von Handlungsweisen dargestellt: „Medieninhalte als Script – Raum für unausgelebte Teile der Persönlichkeit“, „Medieninhalte als Beziehungsregulativ – Welche Rolle spiele ich für Dich?“ und schließlich „Medieninhalte als Realitätsverlängerung – die Grenzen konkreter Handlungsmöglichkeiten überschreiten“ (Paus-Haase 1998, S. 246 ff.). Die Handlungstypen werden systematisiert und mit Einzelfallbelegen<sup>15</sup> unterfüttert. Folgende Handlungstypen werden erläutert:

- „Typ 1: Inszenierung von Stärkephantasien“ (Paus-Haase 1998, S. 248)
- „Typ 2: Inszenierung von Beschützerphantasien“ (Paus-Haase 1998, S. 249)
- „Typ 3: Projektion von Helferphantasien“ (Paus-Haase 1998, S. 250)
- „Typ 4: Projektion von inneren und äußeren Konflikten“ (Paus-Haase 1998, S. 251)
- „Typ 5: Projektion von Fluchtphantasien“ (Paus-Haase 1998, S. 253)
- „Typ 6: Bekräftigung einer überlegenen Position“ (Paus-Haase 1998, S. 255)
- „Typ 7: Stabilisierung einer asymmetrischen Beziehung“ (Paus-Haase 1998, S. 256)
- „Typ 8: Harmonisierung einer (konfliktträchtigen) Beziehung“ (Paus-Haase 1998, S. 258)
- „Typ 9: Ersatz für fehlende Beziehungen“ (Paus-Haase 1998, S. 259)
- „Typ 10: Ersatz für noch nicht gelebte Erfahrung“ (Paus-Haase 1998, S. 260)

Für diese Untersuchung wurde intensiv mit 20 Kindergartenkindern gearbeitet. In einem triangulativen qualitativen Vorgehen mit Handpuppeninterviews mit Gruppen von Kindern und schließlich Einzelinterviews anhand von Leitfäden wurden die Kinder in ihrer gewohnten Umgebung des Kindergartens befragt. Das ermöglichte zudem eine Komponente der teilnehmenden Beobachtung. Außerdem wurden die Kinderinterviews durch Analysen von Kinderzeichnungen und Interviews mit Eltern und Erzieherinnen ergänzt (Paus-Haase 1998, S. 155 ff.). Im Ergebnis zeigt jedes Kind mehrere der zuvor genannten Handlungstypen und im ersten Schritt werden alle Einzelfälle den entsprechenden Handlungstypen zugeordnet. Darüber hinaus wird aber auch analysiert, wie die Handlungstypen mit der Situation in den Familien, den Kindergartengruppen, den Freundschaften und den Peer-Groups der Kinder zusammenhängen. Hier werden unterschiedlich starke Zusammenhänge beobachtet, dennoch

---

herausgearbeitet, warum Kinder die damals so umstrittenen Actionserien so lieben und wie sie damit umgehen. Schon in dieser Studie zeichnete sich ab, wie persönlich die Kinder die Medieninhalte verarbeiten und dass sie die Medieninhalte auch aktiv für ihre Entwicklungs- und Lebensthemen nutzen (Paus-Haase 1992, S. 201 f.).

<sup>15</sup> aus der Vorgängerstudie (Paus-Haase 1992)

zeichnet sich hier trotz rein qualitativer Vorgehensweise eine gewisse Systematisierung ab, die zumindest Hinweise auf allgemeingültige Zusammenhänge eröffnet:

„Kinder wählen Medienangebote aus, um mit ihnen ihre Themen, persönliche Erfahrungen, Wünsche und Ängste in der Auseinandersetzung mit ihrer Geschlechtsrolle, ihrer Stellung innerhalb ihrer Familie, den Eltern sowie Geschwistern gegenüber zu bearbeiten. In der Peer Group als von Erwachsenen einflüssen relativ freier und erstmalig selbstgewählter Gruppe erproben Kinder Rang- und Rollenaueinandersetzungen“. (Paus-Haase 1998, S. 273)

Allerdings ist zu berücksichtigen, dass die Fallzahl für diese Analysen äußerst gering ist (Paus-Haase 1998, S. 166 ff.). Am Ende betont die Autorin schließlich, dass sich Komplexität und Tragweite der lebensweltlichen Bezüge immer nur im Einzelfall verstehen lassen (Paus-Haase 1998, S. 274). Damit distanziert sie sich am Ende leider von jeglichen verallgemeinernden Schlüssen und überlässt es späteren Studien, repräsentative Ergebnisse zu erarbeiten. Dennoch zeigt diese Studie klare Ansatzpunkte auf, an denen die Kinder bei ihrem Medienerleben an ihren persönlichen Erfahrungen und Themen ansetzen und die beiden Welten verbinden. Diese Verbindungen gehen über die subjektive Perspektive und die persönlichen Themen der Kinder und Jugendlichen hinaus und beleuchten auch sozialisationsbedingte Faktoren wie etwa Geschlechterrolle und Familienkonstellation oder gruppendynamische Prozesse im sozialen Umfeld der Kinder und Jugendlichen. Damit geht die Autorin einen Schritt weiter als ihre handlungstheoretisch orientierten Kollegen bis dato, obwohl sie den Schritt zu verallgemeinernden Schlüssen meidet. Dennoch erweitert sich hier der Fokus deutlich, indem zusätzliche sozialisationsbedingte Merkmale in die Analyse aufgenommen werden. Im Hinblick auf die Konzeption der hier vorliegenden Untersuchung sind das weitere Anknüpfungspunkte, die im Konzept des Bezugsrahmens in die Betrachtung integriert sind und deren Auswirkungen auf die Persönlichkeit daher auch mitbetrachtet werden.

#### **2.4.5 Werte, Normen und lebensweltlicher Hintergrund**

Eine Analyse des Einflusses von Fernsehsendungen auf Normen und Werte von Jugendlichen haben Andreas Fahr und Camille Zubayr in einer Studie vorgenommen, die vom Untersuchungsdesign her der hier vorliegenden Studie ähnlich ist. Die Autoren haben sich in einer Studie im Auftrag des Medienpädagogischen Forschungsverbunds Südwest, die sie am Medien Institut Ludwigshafen durchgeführt haben, die Frage gestellt, ob Fernsehbeziehungen „Vorbilder oder Trugbilder für Jugendliche“ bieten (Fahr & Zubayr 1999). Hier fehlt allerdings der direkte Bezug zu Fernsehhelden, vielmehr geht es in dieser Studie um die Themenbereiche Partnerschaft, Beziehungen und Sexualität anhand von Single-Shows und Vorabendserien. Die Autoren stellten sich vor einem medienpädagogischen Hintergrund die Frage, wie die zu diesen Themen „medial angebotenen Werthaltungen und Normen tatsächlich wahrgenommen werden und wie sich die Jugendlichen hierzu positionieren“ (Fahr & Zu-

bayr 1999, S. 11). Die ausgewählten Genres Single-Shows und Vorabendserien sollten auf ihre „mögliche Vorbildfunktion“ überprüft werden (Fahr & Zubayr 1999, S. 12).

Fahr und Zubayr haben hierzu eine Befragung von 275 Schülern durchgeführt und im Nachgang dazu Gruppendiskussionen. Im Ergebnis stellen die Autoren fest, dass „die große Mehrheit der Jugendlichen sehr wohl zwischen Vor- und Trugbildern in den Medien unterscheiden kann.“ (Fahr & Zubayr 1999, S. 120). „Zwar sind sie durchaus offen gegenüber den in den Sendungen geäußerten Normen und Werten. Zugleich setzen sie diese aber zu den in ihrer Umgebung erlebten Werthaltungen in Beziehung und ordnen sie entsprechend ein.“ (Fahr & Zubayr 1999, S. 120) Nur ein kleiner Teil der befragten Jugendlichen (15-20 Prozent) nimmt sich die hinterfragten „Fernsehbeziehungen stärker zum Vorbild“ und zeigt eine „geringere Distanz zu den vermittelten Inhalten“ (Fahr & Zubayr 1999, S. 120). Hier vermuten Fahr & Zubayr die Vielseherphänomene aus der Kultivierungsanalyse als Hintergrund, betonen aber, dass Kausalzusammenhänge mit dieser Studie nicht nachgewiesen werden konnten (Fahr & Zubayr 1999, S. 121). Es bleibt festzuhalten, dass die Jugendlichen offensichtlich den im Fernsehen dargebotenen Werten und Normen nicht hilflos ausgeliefert sind, sondern diese durchaus vor ihrem lebensweltlichen Hintergrund kritisch rezipieren. Auch betrachten sie die handelnden Personen in den untersuchten Genres nur sehr bedingt als Vorbilder, auch hier ist durchaus kritisches Rezeptionsverhalten zu beobachten. Sehr wohl aber haben ihre persönlichen Bedürfnisse und ihre Lebenssituation einen Einfluss auf die Wahrnehmung der rezipierten Angebote und bestätigen damit eine Wechselwirkung zwischen persönlicher Prädisposition, Selektion und Wahrnehmung (Fahr & Zubayr 1999, S. 118-121). Genau dieser Zusammenhang soll auch in der hier vorliegenden Studie hinterfragt werden. Obwohl sich die Studie von Fahr und Zubayr nicht mit Fernsehhelden, sondern mit bestimmten Genres befasst hat, bietet sie einen Anknüpfungspunkt für diese Studie, da sie sich mit der Wahrnehmung und Verarbeitung von Normen und Werten durch die Jugendlichen befasst, ein Bereich, der im Rahmen der hier vorliegenden Studie sehr wichtig ist. In den Grundüberzeugungen eines individuellen Bezugsrahmens bilden diese Normen und Werte einen wichtigen Anteil, der einen wesentlichen Einfluss auf das Gesamtset der Überzeugungen eines Menschen hat. Diese scheinen im Hinblick auf die Medienrezeption relativ stabil, in dieser Studie gilt es herauszufinden, wie diese Normen und Werte die Selektion und Wahrnehmung der Fernsehhelden beeinflussen.

#### **2.4.6 Verschränkung von Medienerlebnissen und Lebenswelt**

Ganz besonders umfangreiche Studien zur Medienwahrnehmung und -aneignung von Kindern und Jugendlichen hat das deutsche Jugendinstitut (DJI) durchgeführt, insbesondere anhand einer Langzeituntersuchung, die relativ umfassend Aufschluss über die Wahrneh-



mung von Medien durch Kinder und Jugendliche gibt.<sup>16</sup> In dieser Langzeitstudie wurden 22 Jugendliche und 27 Eltern (21 Mütter und 6 Väter) jeweils einzeln in drei Wellen befragt. Die Jugendlichen waren bei der ersten Befragung 13-14 Jahre, bei der zweiten Befragung 15-16 Jahre und bei der dritten Befragung 19-20 Jahre alt. Über einen Zeitraum von sechs Jahren nahmen die Familien an der Studie teil, insgesamt wurden 143 qualitative Interviews geführt und zusätzlich Materialien in Form von Listen erstellt (Barthelmes & Sander 2001, S. 18-19).

Unter anderem erarbeiteten die Autoren folgende Ergebnisse: Die Medien sind Spiegel für die Jugendlichen, die sie für ihre Arbeit am Selbstbild verwenden. Real- und Medienwelten stehen in engem Zusammenhang, Medienvorlieben, Lebens- und Entwicklungsthemen bedingen sich und passen ineinander (Barthelmes & Sander 2001, S. 288). Medienerlebnisse markieren wesentliche Punkte in der Biografie der Jugendlichen und verschränken Medien- und Realbiografie (Barthelmes & Sander 2001, S. 289). Natürlich umfasst der hier dargestellte Ausschnitt nur Puzzleteile einer umfangreichen Studie, die Ergebnisse aus jahrelanger Arbeit erbracht hat. Hier werden nur die Akzente herausgegriffen, die im Zusammenhang mit dem Untersuchungsinteresse der hier vorliegenden Studie stehen und daher in diesem Kontext von besonderem Interesse sind. Aber die über Jahre entstandenen Ergebnisse von Barthelmes und Sander geben klare Hinweise darauf, wie eng die Verschränkung von Medienerlebnissen und realer Lebenswelt sind und wie sie sich gegenseitig beeinflussen, beispielsweise in der Abhängigkeit von Lebens- und Entwicklungsthemen oder in der Kommunikation über Medienerlebnisse und -vorlieben in Familie und Peer-Group (Barthelmes & Sander 1997 und 2001). Was bei Barthelmes und Sander allerdings nicht näher betrachtet wird, ist der Zusammenhang zwischen den Jugendlichen und ihren Medienhelden, dieser Aspekt wird in der Langzeitstudie nicht explizit hinterfragt. Es kann also nur vermutet werden, dass die Zusammenhänge auch an diesem Punkt so eng sind, wie sie in den Schwerpunkten der Längsschnittstudie belegt werden. In der hier vorliegenden Studie wird dieser Zusammenhang näher beleuchtet und vor dem Hintergrund bereits vorliegender Ergebnisse bewertet. Auch ein Bezugsrahmen wächst über Jahre, eine Bestätigung der in der Langzeitstudie beobachteten Mechanismen, wäre demnach nur folgerichtig.

#### **2.4.7 Identifikationswunsch und Ähnlichkeiten**

Interessante Ergebnisse bezüglich der Auswahl von Identifikationsobjekten und der Auswirkungen der Identifikation mit Medienpersonen hat die diesbezügliche Forschung im amerikanischen Sprachraum erbracht. So konnte zum Beispiel nachgewiesen werden, dass die Identifikation mit Personen in der Werbung im Zusammenhang mit den Erwartungen von

<sup>16</sup> Für diese Langzeitstudie des deutschen Jugendinstituts haben die Hauptautoren Barthelmes und Sander mehrere Publikationen nach der medienbiografischen Methode veröffentlicht, die umfangreiche Erkenntnisse zum Zugang von Jugendlichen zu Medien innerhalb ihrer Familien und Peer-Groups erbracht haben (Barthelmes & Sander 1990; Sander et al. 1992; Barthelmes & Sander 1999; Barthelmes 1999; Barthelmes & Sander 2001; Sander 2001).

Kindern im Hinblick auf Alkoholkonsum stand und diese wiederum mit den vorherrschenden Trinkgewohnheiten verbunden waren (vgl. Austin & Meili 1994; Austin et al. 2000). Auch scheint die Identifikation und Auseinandersetzung mit besonders dünnen Medienpersonen verstärkt mit entsprechenden destruktiven Essgewohnheiten einherzugehen (Harrison 1997; Harrison & Cantor 1997; Halliwell et al. 2005; Lopez-Guimerà et al. 2010). Ähnliche Tendenzen kennt man auch aus der Forschung zu sozialen Vergleichen (z.B. Dittmar & Howard 2004; Besenoff 2006; Tiggemann & McGill 2004). Und – wie auch Wegener (2008) in ihrer Studie feststellte, siehe unten (Abschnitt „Aneignungsmodi: Identitätsthemen und Eigensinn bei der Rezeption“) – beeinflussen die Vorbilder von Jugendlichen deren Berufswünsche (vgl. Wegener 2008; Christiansen, 1979; Hoffner et al. 2006; King & Multon, 1996).

Das untermauert einen Zusammenhang zwischen der Auswahl der Identifikationsfiguren und den Einstellungen der Rezipienten, diese Zusammenhänge können aber auch die Auswirkungen der Identifikation mit bestimmten Medienpersonen sein. Doch mit welchen Figuren identifizieren sich die Rezipienten bevorzugt? Hier erbringt eine Studie von Hoffner & Buchanan (2005) Ergebnisse, die Informationen über die Vorlieben bei der Auswahl der Identifikationsobjekte liefert. Die beteiligten Personen haben Fragen beantwortet zu ihrer Wahrnehmung von und ihrer Reaktion auf ihre Lieblingspersonen im Fernsehen. In der besagten Studie wurden 208 junge Erwachsene befragt, leider keine Kinder und Jugendlichen, das durchschnittliche Alter lag bei 20,11 Jahren (Hoffner & Buchanan 2005, S. 335). Dabei stellte sich heraus, dass sich die Rezipienten lieber mit Personen identifizierten, die dasselbe Geschlecht wie die Probanden hatten und ihnen in ihren Einstellungen ähnelten. Alle Probanden bevorzugten bei der Identifikation mit gegengeschlechtlichen Medienpersonen erfolgreiche und bewunderte Charaktere, bei der Identifikation mit Personen desselben Geschlechts unterschieden sich die Vorlieben. Männer bevorzugten die Identifikation mit erfolgreichen, intelligenten und aggressiven Männern, während Frauen erfolgreiche, intelligente, attraktive und bewunderte Frauen bevorzugten (Hoffner & Buchanan 2005). Ähnlichkeit in Geschlecht, sozialen und kulturellen Faktoren sowie Charaktereigenschaften und Wertvorstellungen begünstigen scheinbar den Identifikationswunsch mit einer Medienperson und auch die Auswirkungen der Identifikationsprozesse im Hinblick auf solche Figuren. Diese Ähnlichkeiten bestätigen die Rezipienten in ihren Wahrnehmungen, wenn sie sich mit ihren Identifikationsobjekten reflexiv vergleichen (Hoffner & Cantor 1991; Chory-Assad & Vincent Cicchirillo 2005).

Damit wurde bezüglich spezieller Merkmale und Mechanismen aufgezeigt, dass Zusammenhänge zwischen den Einstellungen, Charaktereigenschaften und anderen persönlichen Merkmalen und der Auswahl der bevorzugten Medienpersonen bestehen. Inwiefern das auch auf Kinder und Jugendliche zutrifft und in welchem Ausmaß, bleibt noch zu untersuchen. Auch welche Charaktereigenschaften hier größere Bedeutung haben und welche we-

niger, ist noch offen und soll im Rahmen der hier vorliegenden Studie näher beleuchtet werden.

#### **2.4.8 Analogien mit Vergleichspersonen und parasozialen Interaktionspartnern**

Die Forschung zu sozialem Vergleich und parasozialer Interaktion beschäftigt sich zwar ebenfalls mit den psychologischen Prozessen bei der Rezeption, ist aber ein wenig anders gelagert als die hier vorliegende Studie. Natürlich beschäftigen sich Untersuchungen, die sich in erster Linie mit einem speziellen theoretischen Ansatz befassen, in der Regel damit, wie bestimmte Merkmale Einfluss nehmen auf den Rezeptionsprozess im Hinblick auf den speziell gewählten Blickwinkel. Als Anknüpfungspunkte für die hier vorliegende Frage zu den Übereinstimmungen der Bezugsrahmen zwischen Fernsehhelden und Jugendlichen eignen sich diese Ergebnisse daher nur bedingt, allerdings haben sich punktuell einige Zusammenhänge ergeben, die als Anknüpfungspunkte von Interesse sein können.

Bei Studien zu parasozialen Interaktionen zeichnete sich ab, dass die Wahrnehmung einer gewissen Ähnlichkeit der Rezipienten mit ihren medialen Bezugspersonen offensichtlich deren Auswahl als Interaktionspartner begünstigt (Gleich 1996; Vorderer 1998). In diesen Studien konnten zwischen den Rezipienten und ihren parasozialen Interaktionspartnern geringere Unterschiede festgestellt werden als zu real existierenden Bekannten der befragten Rezipienten. In der Wahrnehmung der Rezipienten war die Distanz zwischen ihnen selbst und ihren Fernsehpersonen größer als bei realen Freunden, aber geringer als bei realen Bekannten (Vorderer 1998, S. 700 f.; Gleich 1996). Die Wahrnehmung einer gewissen Ähnlichkeit zwischen sich und den Fernsehpersonen scheint die Auswahl der Fernsehpersonen, mit denen parasozial interagiert wird, zu begünstigen, auch wenn diese bestimmte Eigenschaften (z.B. aggressiver, forschender, aktiver) deutlicher ausgeprägt haben als das Publikum (Vorderer 1998, S. 701; Gleich 1996). Das würde die in der hier vorliegenden Studie hinterfragten Zusammenhänge (vgl. Kapitel „Forschungsinteresse und Forschungsfragen“) bestätigen. Allerdings gibt es auch scheinbar gegenläufige Befunde, wenn es beispielsweise um die Attraktivität und den Erfolg der Fernsehfiguren in einer Studie zu Fans von Fernsehserien geht. Hier scheinen diejenigen Rezipienten, die sich selbst als weniger erfolgreich, attraktiv und dynamisch wahrnehmen, umso intensiver zu parasozialen Beziehungen mit Fernsehfiguren zu neigen, die genau diese Eigenschaften stärker verkörpern (Vorderer 1998, S. 704; Gleich 1996).

Auch Hartmann und Klimmt (2005) konnten einen Zusammenhang zwischen positiver Wahrnehmung und der Intensität der parasozialen Interaktion feststellen, ebenso weitere Studien (vgl. Schiappa, Allen & Gregg 2007). Bei genauerer Betrachtung zeigt sich ein wichtiger Aspekt bei diesen Zusammenhängen, denn diese Eigenschaften sind bei den entspre-

chenden Rezipienten positiv besetzt und die Rezipienten würden sich diese Eigenschaften auch für sich selbst wünschen. Die Werte und Normen zwischen Fernsehperson und Rezipienten gehen also nicht auseinander, nur die individuellen Möglichkeiten. Das würde einer prinzipiellen Ähnlichkeit der Werte und Normen zwischen Rezipienten und Fernsehfiguren nicht widersprechen – ganz im Gegenteil.

Peter nimmt solche Zusammenhänge auch für soziale Vergleichsprozesse an, da das Konzept von Hartmann und Klimmt (2005) soziale Vergleiche umfasst (Peter 2016, S. 63). Auch müssen für soziale Vergleichsprozesse – zumindest für Aufwärtsvergleiche – gewisse Ähnlichkeiten in der Grundanschauung der jeweils betrachteten Eigenschaften vorausgesetzt werden, damit ein solcher Vergleich überhaupt sinnvoll ist (Peter 2016, S. 56). Bereits Festinger hatte angenommen, dass eine gewisse Ähnlichkeit in der Vergleichsdimension vorliegen muss (Festinger 1954), für einen aussagekräftigen Vergleich macht das auch Sinn. Auch die Vergleichsmotive Selbstbewertung, Selbstverbesserung und Selbstwertdienlichkeit (Peter 2016, S. 33 ff.) zeigen die persönlichen Anknüpfungspunkte der Rezipienten im Rahmen eines sozialen Vergleichs mit Medienpersonen. Beim sozialen Vergleich ereignet sich immer eine persönliche Bezugnahme zwischen den Rezipienten und den Vergleichsperson, allerdings in der Regel bezogen auf das Vergleichskriterium und nicht übergreifend über eine Reihe von Merkmalen. Im Hinblick auf bestimmte Ideale der Rezipienten geht man davon aus, dass beim sozialen Vergleich die Diskrepanz zwischen Ideal- und Realselbst der Rezipienten eine zentrale Rolle spielt, zumindest bei Aufwärtsvergleichen (vgl. Peter 2016). Inwiefern dies allerdings generell mit der Auswahl von Fernsehhelden oder Lieblingspersonen im Fernsehen einhergeht, ist damit noch nicht geklärt, selbst wenn das Vergleichskriterium einen wichtigen Aspekt im Leben der Rezipienten darstellt. Eine Studie zu sozialen Vergleichsprozessen mit Lieblingscharakteren im Fernsehen bezüglich sehr dünnen Rollenmodellen und der Körperwahrnehmung der Rezipienten kam zu dem Schluss: „Television characters, much like peers, serve as socializing agents who help one feel good about oneself and offer a standard to which to aspire.“ (Eyal & Te’eni-Harari 2013, S. 137)

Diese Studie konnte aber nur eine bedingte Eignung der Lieblingscharaktere für die Vergleichsmotive Selbstverbesserung und Selbstwertdienlichkeit belegen, zumindest für das Motiv Selbstwertdienlichkeit sind die sehr dünnen Vergleichsobjekte nicht zielführend, da das Wohlbefinden bei größerer Diskrepanz zur Vergleichsperson in der Körperwahrnehmung nicht positiv beeinflusst wird (Eyal & Te’eni-Harari 2013). Diese Ergebnisse sind im Detail sehr gut nachvollziehbar, sagen aber wenig über die allgemeinen Zusammenhänge bezüglich Auswahl und Wahrnehmung von Fernsehhelden oder Lieblingspersonen aus, abgesehen von den speziell untersuchten Vergleichskriterien. Inwiefern sich die Jugendlichen mit ihren Fernsehhelden vergleichen, um ihren Helden nachzueifern und wo sie sich abgrenzen, bleibt in dieser Studie zu untersuchen. Vermutlich eifern sie ihren Helden nicht in all ihren

Eigenschaften nach. Es bleibt also abzuwarten, inwiefern sich Ähnlichkeiten bei einer breiteren Betrachtung der Persönlichkeitseigenschaften von Fernsehhelden und Jugendlichen abzeichnen, die über die Untersuchung einzelner Vergleichsdimensionen hinausgeht. Diese Zusammenhänge werden im Rahmen dieser Untersuchung konkret hinterfragt und vor dem Hintergrund des Bezugsrahmens betrachtet.

#### **2.4.9 Aneignungsmodi: Identitätsthemen und Eigensinn bei der Rezeption**

Eine der ausführlichsten neueren Untersuchungen zu Jugendlichen und ihren Medienhelden ist die Studie „Medien, Aneignung und Identität. ‚Stars‘ im Alltag jugendlicher Fans.“ von Claudia Wegener (Wegener 2008). Im Rahmen dieser Studie wurde sowohl quantitativ<sup>17</sup> als auch qualitativ gearbeitet und umfangreiches Material zum Thema erhoben und ausgewertet. In einem umfassenden und aufwendigen triangulativen Szenario wurden zusätzlich zur quantitativen Befragung eine Inhaltsanalyse zu ausgewählten Stars in der Zeitschrift Bravo von Oktober 2004 bis Mai 2005 und eine Onlinebefragung mit 212 Jugendlichen sowie 24 Leifadeninterviews durchgeführt. Von den dabei entstandenen Einzelfallanalysen werden acht in der Studie ausführlich vorgestellt und analysiert. Die untersuchten Aneignungsmodi werden intensiv dargelegt und reichen von Mechanismen wie parasozialer Interaktion und Beziehung über Prozesse wie Identifikation und Projektion bis hin zu Copying in Form von „aussehen wollen wie die Stars“ und „einen Partner haben wollen wie die Stars“. Immerhin ein Drittel der Befragten in der Studie von Wegener gibt an, ein mediales Vorbild zu haben, obwohl sich die Jugendlichen nicht ausschließlich an ihrem Lieblingsstar orientieren, sondern auch andere mediale Einflüsse auf sich wirken lassen. Wegener stellt fest, dass „mediale Bezugspersonen auch konstruktiv und damit aktiv genutzt werden, um individuelle Themen zu bearbeiten, Probleme aufzufächern und auf diese Weise Lösungen auch für aktuelle Entwicklungsaufgaben zu formulieren“. (Wegener 2008, S. 382)

Die Autorin hat die jugendliche Identitätsbildung der befragten Jugendlichen zwar anhand von Einzelfallanalysen – deren Darstellung in der Studie den größten Raum einnimmt – intensiv aus der subjektorientierten Perspektive untersucht, gleichzeitig aber durchaus eine allgemeine Systematik an die Betrachtung der Aneignungsmodi angelegt, die in vier Bereichen ihre Schwerpunkte hat (Wegener 2008, S 382 ff.): Arbeit und Leistung, soziale Beziehungen, persönliche Lebensphilosophie in Form von individuellen Werten und eigenständigen Deutungsmustern (Wegener 2008, S 384) und schließlich individueller Aneignungsmodus. Die Studie erbringt eine Fülle von Ergebnissen zur Identitätsbildung und Sozialisation

---

<sup>17</sup> Die Studie greift zurück auf den Datensatz zum Forschungsprojekt „Medienhandeln von Jugendlichen“ unter der Leitung von Klaus Treumann (Treumann et al. 2007), in dem 3271 Jugendliche befragt wurden und der im Zuge DFG-Projektes „Medienbeziehung und Identitätskonstruktion“ entstanden ist.

Jugendlicher mithilfe der Medien. Trotz der quantitativen Teile der Studie und ihrer strukturierten Vorgehensweise bei der Analyse der Medienaneignung ihrer Probanden verbleibt Wegener dennoch in einer streng subjektorientierten Perspektive (vgl. Göttlich 2008, S. 515) und einem in wesentlichen Teilen einzelfallbezogenen Vorgehen. Sie liefert eine Reihe von detailliert dargestellten und empirisch belegten Befunden zur Rezeption und Aneignung der betrachteten medialen Bezugspersonen, verbunden mit den Lebensthemen und Entwicklungsaufgaben der Jugendlichen. Dabei attestiert Wegener den Jugendlichen auch „Eigensinn“ bei der individuellen Rezeption ihrer Vorbilder:

„Eigensinn setzt sich damit durch, indem Jugendliche in ihren individuellen und höchst subjektiven Wahrnehmungen »ausgehandelte« Lesarten formieren (vgl. Hall 1980), die den Text nicht gänzlich negieren, aber doch individuelle Schwerpunkte setzen und diese im Sinne ihrer je spezifischen *Identitätsthemen* deuten. Solche Identitätsthemen zeichnen sich dadurch aus, dass sie sich *erstens* aus den unterschiedlichen Teilbereichen der Identitätsbildung ableiten lassen, dass sie *zweitens* Fragen fokussieren, die die Jugendlichen in ihrer gegenwärtigen Lebenssituation in besonderem Maße beschäftigen und dass sich *drittens* aus ihnen heraus eine spezifische Funktion der medialen Bezugsperson für den jugendlichen Fan ableiten lässt.“ (Wegener 2008, S. 386)

Damit stellt Wegener deutlicher als andere Studien vorher eine Verbindung zwischen der individuellen Rezipientenpersönlichkeit und der Auswahl und Wahrnehmung ihrer Helden bzw. in Wegeners Terminologie ihrer medialen Bezugspersonen her. Dies geschieht entlang systematisch definierter Kriterien, die sie gleichermaßen auf alle untersuchten Probanden anwendet. Eine Verallgemeinerung im Sinne einer repräsentativen Untersuchung bleibt aber offen und damit der weiteren Forschung vorbehalten. Als Anknüpfungspunkte für die hier vorliegende Untersuchung sind vor allem die persönlichen Identitätsthemen und die für die Jugendlichen wichtigen Fragen im Leben zu nennen, hier wird sich im Rahmen der vorliegenden Untersuchung zeigen, inwiefern die Jugendlichen ihre Fernsehhelden für tauglich halten, ihnen bei der Suche nach der Antwort zu helfen. Ein weiterer Ansatzpunkt ist die Strukturierung dieser Themen in verschiedene Bereiche, die sich verallgemeinern lassen, in der hier vorliegenden Untersuchung wird dies anhand des Bezugsrahmens und weiterer psychischer Mechanismen geleistet.

#### **2.4.10 Gebrauchswertprofile**

Eine Reihe von interessanten Studien zu den Fernsehhelden der Kinder und Jugendlichen hat das Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen (IZI) durchgeführt. Die Leiterin des Instituts Maya Götz hat zusammen mit anderen über mehr als zehn Jahre einen Sammelband mit dem Titel „Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen. Geschlechterspezifische Studien zum Kinderfernsehen.“ (Götz 2013) erarbeitet. Wie der Titel schon sagt, befasst sich diese Studie mit dem Forschungsgegenstand zum Thema

in erster Linie aus geschlechterspezifischer Sicht, die Forschungsaktivitäten für diesen umfangreichen Sammelband (Götz 2013 a) ergeben aber über diese spezielle Perspektive hinaus reichhaltige Forschungserträge zum Thema Kinder und Jugendliche und ihren Umgang mit ihren Fernsehhelden.<sup>18</sup> Im Hinblick auf die Fragestellung der hier vorliegenden Studie sind besonders die Ergebnisse der qualitativen Teile und die Ergebnisse der Gebrauchswertbefragung von Interesse. Die Gebrauchswertbefragung ist eine repräsentative Befragung, die der Annahme der handlungstheoretischen Rezeptionsforschung folgt, dass die Fernsehsendungen einen Nutzen für den Alltag der Rezipienten generieren. Anhand von sieben Dimensionen wird der subjektive Nutzen der Fernsehhelden der Kinder und Jugendlichen ermittelt:

„Den Figuren und ihren Geschichten kommt dabei aus der Sicht der Kinder ein bestimmter Gebrauchswert in Bezug auf ihre Alltagsstrukturierung und -bewältigung, ihre Kommunikation und ihre Identitätsarbeit zu. In diesem Sinne lassen sich typische Gebrauchswertdimensionen herausarbeiten, die einer Fernsehlieblingsfigur zugeschrieben werden können“ (Götz 2013 b, 4.2, S. 578).

Diese sieben Dimensionen wurden aus 90 qualitativen Fallstudien ermittelt:

- „1. Anschlussfigur: Mitgehen in der Geschichte, Verstehen von sozialen Zusammenhängen“
- „2. Erfahrungsbasiertes und emotionales Widerspiegeln“
- „3. Sich aus der Sendung etwas mitnehmen: Kompetenz und Verstehen von Zusammenhängen“
- „4. Identitätsarbeit – Selbstveränderung“
- „5. Parasoziale Beziehung – Freundschaftsbeziehung, erotische Beziehung, Geschwisterbeziehung“
- „6. Emotionale Dimension“
- „7. Kommunikativer Wert“ (Götz 2013 b, S. 579)

Anhand dieser Dimensionen werden dann für die Fernsehheld(inn)en, die in der Abfrage der Lieblingsfiguren häufig genannt wurden, Profile erstellt, die den Gebrauchswert für einzelne Figuren darstellen. Diese geben einen Einblick, wie die Kinder und Jugendlichen mit den Figuren umgehen und was sie sich von ihnen als Nutzen für ihr alltägliches Leben erwarten. Mädchen und Jungen unterscheiden sich in ihren Bewertungen, was offensichtlich primär mit ihren unterschiedlichen Aneignungsmustern konform zu gehen scheint. Je nach Lieblingsfigur unterscheiden sich die Profile ebenfalls. Weibliche Figuren haben durchschnittlich einen geringfügig höheren Gebrauchswert als männliche, sind aber auch meist etwas anders angelegt. Gleichzeitig sind mit den weiblichen Figuren auch die Lieblingsfiguren aus

---

<sup>18</sup> Auf 880 Seiten setzt sich das Team um Maya Götz mit dem Themenbereich aus unterschiedlichen Fragerichtungen heraus auseinander, im ersten Teil aus medienanalytischer Sicht, in den Teilen zwei und drei aus Sicht der Kinder und Jugendlichen anhand von qualitativen Untersuchungen, in einem vierten Teil anhand von repräsentativen Befragungen der Kinder und Jugendlichen zu ihren Lieblingsfiguren und deren Gebrauchswert sowie anhand von Formatanalysen. In einem fünften Teil schließlich werden die Ansichten von Produzentinnen und Produzenten der Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen mit eingebracht.

Daily Soaps im Durchschnitt im Gebrauchswert höher, was mit dem zugehörigen Aneignungsmuster der Soapseher zu tun haben könnte (Götz 2013 b, S. 617). Dieses ist besonders intensiv und vom Fokus her auf soziale Aspekte geprägt. Für die Auswahl des Untersuchungsgegenstands der hier vorliegenden Studie, nämlich Fernsehhelden aus Fernsehserien, ist das eine gute Nachricht, da es die Annahme bestätigt, dass sich die Rezeptionsmuster und Erlebnisse der Jugendlichen bei Serien besonders gut herausarbeiten lassen. Von den generellen Tendenzen abgesehen kommen die Autorinnen zu der Schlussfolgerung: „Es kommt vor allem darauf an, wie die einzelne Figur angelegt ist, wie die Geschichten aufgebaut sind – und es kommt auf das einzelne Kind an, seine Themen und bevorzugten Handlungsmuster.“ (Götz 2013 b, S. 617)

Allerdings wird mit den Gebrauchswertprofilen noch kein Bezug dazu hergestellt, welche Zusammenhänge es zwischen diesen Wünschen und Erwartungen und dem eigenen Wertesystem und Charakter der Kinder und Jugendlichen gibt. Genau dieser Zusammenhang soll aber in der hier vorliegenden Studie untersucht und geprüft werden. Damit knüpft die hier verfolgte Fragestellung zwar an die Fragen an, inwiefern Jugendliche von ihren Fernsehheldinnen einen Nutzen haben, indem dieser konkret hinterfragt wird. Sie geht aber auch einen Schritt darüber hinaus, indem untersucht wird, warum Jugendliche ganz bestimmte Fernsehheldinnen für sich auswählen, indem ihre Charakterprofile verglichen werden.

#### ***2.4.11 Typische Beziehungsmuster zu Lieblings- und Identifikationsfiguren***

In einem weiteren Beitrag des Sammelbandes aus dem IZI werden die „typischen Beziehungen zu den Lieblingsfiguren“ (Götz 2013 d; S. 217-247) untersucht und anhand von Einzelanalysen dargestellt. Im Vorspann werden die verschiedenen Beziehungsmuster als Varianten der Identifikation angekündigt, im Laufe der Analyse wird aber differenzierter herausgearbeitet, worum es sich dabei handelt. Konkret werden folgende „Beziehungsmuster“ behandelt:

1. „Sich wiederfinden“
2. „Sich von der Figur etwas abschauen (sich identifizieren)“
3. „Mit der Geschichte der Figur die Welt verstehen“
4. „Parasoziale Beziehungen“
5. „Sich mit der Figur emotional erleben“ (Götz 2013 d, S. 217-247)

Wie in dem Beitrag dann herausgearbeitet wird, ist Identifikation nicht das geeignete Konzept, um all diese Aneignungsweisen zu beschreiben, in diesem Aufsatz wird das Thema wiederum mithilfe der handlungsleitenden Themen und der thematischen Voreingenommenheit erläutert, was in diesen Einzelfalldarstellungen gut möglich ist. Allerdings wäre es auch denkbar, hier andere theoretische Ansätze zu benutzen, die genauer auf die jeweiligen An-



eignungsweisen zutreffen, wie etwa soziales Lernen, parasoziale Beziehungen etc. Dennoch wird auch in diesem Beitrag sehr deutlich herausgearbeitet, wie Kinder und Jugendliche mit ihren Prädispositionen an das Fernsehen herangehen und entsprechend ihre Lieblingsfiguren und bevorzugten Formate aussuchen und erleben (Götz 2013 d, S. 217-247).<sup>19</sup>

Über diesen Sammelband hinaus führt das IZI weitere Studien zur Medienforschung mit Kindern und Jugendlichen durch, unter anderem eine zur Wahrnehmung von Soaps (Götz 2000). Befragt wurden 401 Kinder und Jugendliche zwischen 6 und 19 Jahren. In Einzelinterviews bei den Befragten bis 13 Jahren und in einer schriftlichen Befragung bei den älteren Jugendlichen wurden in einer strukturierten Befragung mit offenen Fragen die Perspektive, die Fantasien und Wünsche sowie die Einbindung der Serie in den Alltag evaluiert. Darüber hinaus wurden 23 nach Geschlecht getrennte Gruppendiskussionen und 10 Morgenkreisgespräche mit insgesamt 392 Grundschulkindern durchgeführt sowie 6 Lebensweltanalysen (Götz 2000, S. 3 f.). Als Fazit dieser aufwendigen qualitativen Studie lässt sich festhalten:

„Aneignung ist individuell unterschiedlich. Entsprechend lässt sich nicht von der Rezeption oder der Bedeutung von Soaps bzw. soapähnlichen Formaten im Alltag von 10- bis 15-Jährigen sprechen. Die Soap-Rezeption eröffnet Chancen, hat aber auch deutliche Grenzen, beispielsweise auf individueller Ebene der Alltagsbewältigung, des Selbstbildes und bei der Konstruktion von Wirklichkeit.“ (Götz 2000, S. 28)

Dennoch lässt sich verallgemeinern, dass diese Formate insbesondere für Mädchen attraktiv sind und von vielen Mädchen zwischen 10 und 15 Jahren leidenschaftlich verfolgt werden. Offensichtlich bieten sie genau das, was viele Mädchen in diesem Alter suchen und besonders schätzen: „Unterhaltung, Information, Widerspiegeln des eigenen Lebensgefühls und Werteorientierung“ (Götz 2000, S. 29). Den Mädchen scheint auch entgegenzukommen, dass in den Soaps das Geschlechterverhältnis der Protagonisten ausgeglichen ist und dass es hier um emotionale und soziale Themen geht, die die Mädchen in diesem Alter besonders beschäftigen. Und sie bieten Identifikationsfiguren, in denen die Mädchen sich wiederfinden, „Mädchenfiguren, die nicht nur schön (wie die meisten herkömmlichen Stereotypen) und stark (wie die ‘neuen Heldinnen’), sondern auch sozial kompetent, mal schwach und ungeschickt und trotzdem voller erlebnisorientiertem Selbstbewusstsein sind.“ (Götz 2000, S. 28) Diese weiblichen Identifikationsfiguren müssen nicht immer unproblematisch sein, treffen aber offensichtlich genau den Geschmack der Mädchen. So wie die Jungen starke – vorwiegend männliche – Kämpfer bevorzugen, suchen die Mädchen nach jungen attraktiven Mäd-

---

<sup>19</sup> Neben diesem umfangreichen und ergiebigen Sammelband unterstützt das IZI noch jede Menge weiterer Studien rund um das Medienerleben von Kindern und Jugendlichen, die sich häufig mit ähnlichen Themen befassen, beispielsweise eine englischsprachige Studie von Maya Götz zu Fernsehhelden der Kinder und Jugendlichen (Götz 2014 b) und viele Aufsätze, die in anderen Publikationen oder der Website des IZI veröffentlicht werden. Sie stehen in der Regel in derselben Forschungstradition wie die hier vorgestellten Beiträge und erbringen ähnliche Ergebnisse. Eine Studie mit einer Fragestellung, wie sie der hier vorliegenden Untersuchung zugrunde liegt, die psychologische Muster von Helden und Kindern und Jugendlichen vergleicht, war allerdings nicht zu finden.

chen, deren Äußeres ihren Idealen entspricht, ebenso wie ihre Darstellung von Weiblichkeit. Da das für die Mädchen ein dominierendes Thema in ihrem Leben ist, das sie in der Jugend bewältigen müssen, suchen sie hierzu auch Orientierung in den Medien, was weibliche Klischees möglicherweise sogar verstärkt (Götz 2000, S. 27; Hains 2007). Darüber hinaus bieten die Soaps den Mädchen „medienspezifische Räume als Ersatz für Fehlendes in der eigenen Lebenswelt und ... einen ‚Raum für sich‘“ (Götz 2000, S. 29), den sie einfordern und gestalten können. „10- bis 15-jährige Mädchen lieben ihre Seifenblasen, sie scheinen ihnen Halt zu bieten.“ (Götz 2000, S. 29)

Ganz offensichtlich suchen die Liebhaberinnen von Soaps nach konkreten Anknüpfungspunkten für ihre aktuellen Themen und überprüfen ihre Werte und Einstellungen anhand ihrer Medienvorbilder. Gleichzeitig scheint diese Auseinandersetzung teilweise auch oberflächlich, ebenso wie die Aufarbeitung der Probleme in diesen Formaten (Götz 2000, S. 28). Es bleibt zu evaluieren, ob es noch andere Zusammenhänge gibt, die eine schlüssige Erklärung für diese Vorliebe abgeben. Im Zusammenhang mit der hier vorliegenden Untersuchung sind Identifikationsfiguren und die Beziehung zu den Lieblingsfiguren Anknüpfungspunkte, die es sich lohnt, näher zu hinterfragen. Sowohl Art und Ausmaß der Identifikation mit den Fernsehhelden der Jugendlichen als auch ihre Identifikationsthemen werden in diesem Zuge untersucht. Welche Angebote zur Identifikation nutzen die Jugendlichen und welche nicht, warum tun sie das und wo gibt es Grenzen dafür? All diese Fragen sind Gegenstand der hier vorliegenden Studie und führen diese Gedanken weiter.

#### **2.4.12 Handlungsleitende Themen**

Im Hinblick auf das Forschungsinteresse der hier vorliegenden Studie besonders interessant ist der zweite Teil des umfangreichen Buches zur Bedeutung von Fernsehlieblingsfiguren von Kindern von acht bis elf Jahren.<sup>20</sup> In einer Studie zu den Fernsehfiguren und den handlungsleitenden Themen der Mädchen und Jungen (hierzu und im Folgenden Götz et al. 2013, S. 187-215) wird über die Verwendung des Konzepts der handlungsleitenden Themen in der genannten Untersuchung referiert und anhand von Beispielen ausführlich dargestellt, wie dieser Ansatz verwendet wird:

---

<sup>20</sup> Der dritte Teil des Sammelbandes der IZI zu den Pre Teens und Jugendlichen beschäftigt sich zum einen mit einer internationalen Studie, die vor allem Einzelfälle in verschiedenen Ländern der Erde näher beleuchtet, und einer Vergleichsstudie mit deutschen Jugendlichen. „In Anlehnung an ethnografische Ansätze wurden ihre Alltagswelt, ihre Selbstkonstruktion und die Bedeutung von Medien und insbesondere Fernsehfiguren nachvollzogen“ (Götz 2013 c, S. 338). Zum anderen folgen im dritten Teil des Sammelbandes zu Pre Teens und Jugendlichen qualitative Untersuchungen zum Thema Sexualität/Erotik oder zu einzelnen Formaten, die bei Jugendlichen im Untersuchungszeitraum besonders beliebt waren. Schließlich folgt noch die Konzeption für ein Modell zum Umgang mit jugendrelevanten Themen in der Geschlechterforschung. In diesen qualitativen Einzelanalysen wird punktuell intensiv zur Fernsehaneignung der Jugendlichen berichtet, zur Fragestellung der hier vorliegenden Studie im Hinblick auf den Vergleich der psychologischen Muster von Jugendlichen und Helden, ist der Ertrag aber gering.

„Es ist wie eine Brille, ein inneres System von Überzeugungen, Einstellungen und Wahrnehmungen, das ein Individuum über sich selbst und seine Beziehungen zur äußeren Realität entwickelt hat und das nun an jeder seiner Handlungen beteiligt ist und die Wahrnehmungen und das Erleben des Individuums organisiert.“ (Götz et al. 2013, S. 190).

Diese Beschreibung erinnert deutlich an den Bezugsrahmen eines Individuums, wie er in der hier vorliegenden Studie verstanden wird.<sup>21</sup> Mithilfe der Beispiele wird herausgearbeitet, wie der Alltag der Kinder Einfluss auf die Wahl ihrer Fernsehfiguren nimmt und was ihnen daran gefällt und warum. Die Kinder verarbeiten ihre im Alltag vorherrschenden Themen in ihren Medienerlebnissen und nutzen diese, um mögliche Handlungsoptionen zu erlernen und sich Selbstbewusstsein und Bestätigung zu verschaffen. Es wird aufgezeigt, wie die Kinder die Figuren gemäß ihrer psychischen Prädisposition wählen und diese dann für ihre weitere Entwicklung nutzen. Dies kann in dieser qualitativen Einzelfalluntersuchung punktuell anhand von einzelnen Kindern sehr eindrucksvoll nachvollzogen werden, allerdings kann eine systematische und repräsentative Untersuchung dieser Zusammenhänge in diesem Rahmen nicht geleistet werden (Götz et al. 2013, S. 215). An diesem Punkt kann die hier vorliegende Studie durch die deutlich größere Stichprobe und einen systematischen Vergleich der Inhalte des Bezugsrahmens tiefergehende Erkenntnisse liefern. Das Grundthema der handlungsleitenden Themen wird indirekt aufgegriffen, aber theoretisch mithilfe der Transaktionsanalyse stärker systematisiert und mit weiter gehenden Methoden und einer deutlich erweiterten Fragestellung umfassender untersucht.

#### ***2.4.13 Anknüpfungspunkte für aktuelle Themen, Werte und Einstellungen***

Auch das Institut für Jugend, Film und Fernsehen (JFF) in München und Berlin macht seit Jahrzehnten Medienforschung zu Kindern und Jugendlichen. Wegweisend waren hier die sog. „Zeichentruckstudien“ im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien, die bereits oben beschrieben wurden (Schorb et al. 1992; Theunert & Schorb 1996; Theunert & Gebel 2000).<sup>22</sup> Das JFF forscht bis heute intensiv zu Kindern und Jugendlichen und hat in den letzten Jahren einige sehr interessante Kinderbefragungen im Rahmen des Magazins „Flimmo“, einer medienpädagogischen Zeitschrift zur „Programmberatung für Eltern“, zum Thema Kinder und Jugendliche und ihre Fernsehhelden durchgeführt. Schon bei den Kleinsten ergeben sich Hinweise auf einen gezielten Umgang mit ihren Fernsehhelden. In einer Befragung von 23 Kindern im Alter von 3 bis 6 Jahren und sechs Eltern konnte herausgearbeitet werden, dass selbst kleine Kinder persönliche Anknüpfungspunkte in ihrem Fernseh-

<sup>21</sup> Vgl. Kapitel „Verortung in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitt „Transaktionsanalytische Theorie“, „Bezugsrahmen“.

<sup>22</sup> In der letzten der drei Studien ging es zwar auch um Realfilmserien, dennoch seien diese Studien hier so betitelt. Die Ergebnisse werden hier nicht noch einmal dargestellt, das Wesentliche dazu findet sich im Abschnitt „Programmangebot trifft auf reale Erfahrungen und Bedürfnisse“.

programm suchen. Die Untersuchung wurde in einem Gruppensetting mit Spielanreizen und nachfolgenden kindgerechten Leitfadeninterviews gestaltet. Die Eltern wurden telefonisch anhand eines Leitfadens befragt (Flimmo Kinderbefragung Dezember 2017 bis März 2018, S. 2). Die Kinder mögen zwar fantastische Geschichten und die Jungen auch den Kampf der Guten gegen die Bösen, aber gleichzeitig suchen die Kinder auch alltagsnahe Themen, die mit ihren eigenen Erfahrungen zu tun haben: „In zahlreichen Gesprächen klingt an, dass die Kinder die Geschichten ihrer Lieblingshelden mit eigenen Erlebnissen und Details ihrer Alltagswelt verknüpfen. Das können Dinge sein, die sie sich selbst wünschen, oder Elemente, die ihre Lebenswelt prägen.“ (Flimmo Kinderbefragung Dezember 2017 bis März 2018, S. 7) Auch ihre Durchsetzungsfähigkeit beschäftigt die Kinder und beeinflusst ihre frühen Medienvorlieben: „Das Thema „Klein gegen Groß“ nehmen einige Kinder in den Blick. Kindergarten- und Vorschulkinder sind oft „die Kleinen“ und fühlen sich nicht ernst genommen. Deshalb machen ihnen kleine Figuren besonderen Spaß, wenn sie den Größeren eins auswischen.“ (Flimmo Kinderbefragung Dezember 2017 bis März 2018, S. 8)

Kinder beider Geschlechter mögen gerne Helden, die andere retten oder anderen helfen, wie beispielsweise Feuerwehrmann Sam. Jungen mögen darüber hinaus oft tapfere und starke Kämpfer wie etwa Spiderman, Mädchen dagegen mögen Figuren, die ihre Freundinnen sein könnten. Kinder beiderlei Geschlechts glauben, dass sie von ihren Fernsehhelden etwas lernen können, z.B. wie man anderen hilft oder wie man sich benimmt (Flimmo Kinderbefragung Dezember 2017 bis März 2018, S. 5 ff.). So zeigt sich schon bei den jüngsten Fernsehzuschauern ein Zusammenhang mit dem eigenen Leben und den eigenen Werten und Vorlieben. In diesem Alter könnten die Kinder noch nicht in einer umfangreichen Befragung Auskunft zu ihren Meinungen und Einstellungen geben, wie es die Jugendlichen in der hier vorliegenden Studie getan haben. Dennoch deutet sich schon an, wie die Zusammenhänge zwischen Rezipientenpersönlichkeit und Fernsehhelden geartet sein könnten. Diese Anregungen werden in der hier vorliegenden Studie aufgenommen und in einem altersgerechten Setting mit Jugendlichen überprüft.

#### **2.4.14 Rollenvorbilder**

In einer anderen Kinderbefragung des JFF aus dem Jahr 2007 wurden 96 Kinder und Jugendliche zwischen 3 und 13 Jahren und einige ausgewählte Eltern befragt. Die Ergebnisse wurden für zwei Altersgruppen geteilt berichtet, nämlich 33 Kinder im Alter von 3 bis 6 Jahren und 63 Kinder und Jugendliche im Alter von 7 bis 13 Jahren (Flimmo Kinderbefragung Juni/Juli 2007, S. 1). Hier wenden wir uns der älteren Gruppe zu, die sich mit der Altersgruppe der hier vorliegenden Studie überschneidet. Die Probanden wurden im Rahmen eines ca. 20-minütigen Face-to-Face-Interviews mit offenen und geschlossenen Fragen interviewt (Flimmo Kinderbefragung Juni/Juli 2007, S. 11). In dieser Analyse wird besonders

herausgearbeitet, wie sich die Kinder und Jugendlichen bei ihren Lieblingsfiguren an Rollenvorbildern und ihren Vorstellungen von geschlechtsspezifischen Rollenvorbildern orientieren. Je nach Geschlecht bevorzugen die Mädchen und Jungen sehr unterschiedliche Rollenmodelle, die Jungen eher starke, actionbetonte und kämpferische. Die Mädchen dagegen haben zwar nichts gegen Action, suchen aber nicht so sehr Vorbilder im Hinblick auf Durchsetzungsfähigkeit und Stärke, sondern vielmehr im Hinblick auf körperliche Attraktivität und soziale Beziehungen (Flimmo Kinderbefragung Juni/Juli 2007, S. 15 ff.). „Gerade die Figuren in Serien und Filmen üben eine große Anziehungskraft auf die Heranwachsenden aus. Sie stehen für bestimmte Handlungsmuster und Eigenschaften, sie vermitteln Themen auf eine ganz bestimmte Art und Weise.“ (Flimmo Kinderbefragung Juni/Juli 2007, S. 18) Hier werden die Muster der Rezipienten bei der Auswahl ihrer Fernsehhelden an Rollenvorbildern festgemacht, die jeweils einen direkten Bezug zu den Werten und Rollenvorstellungen der Kinder und Jugendlichen haben. Tiefer werden die Zusammenhänge zwischen den Vorstellungen der Befragten und den Eigenschaften ihrer Fernsehhelden in dieser Analyse nicht verfolgt. Weitere Studien, die das Modell der Rollenvorbilder vertiefen, liegen leider nicht vor, mittlerweile befasst sich das JFF in der Aneignungsforschung schwerpunktmäßig mit der Forschung zur Medienaneignung in konvergenten Medienwelten (Theunert & Wagner 2002; Wagner et al. 2004; Wagner & Theunert 2006; Theunert 2010). In der hier vorliegenden Studie wird die Frage, inwiefern die Fernsehhelden der Jugendlichen als Rollenmodell und Vorbild fungieren, explizit diskutiert und hinterfragt. Die Jugendlichen werden über ihre Vorbilder Auskunft geben und ihre Tauglichkeit diesbezüglich erläutern. Der Akzent wird hier nicht auf der Frage nach den geschlechtsspezifischen Rollenvorbildern liegen, dennoch werden auch Unterschiede nach Geschlecht, wenn sie in der Befragung erkennbar werden, analysiert.

## **2.5 Offene Fragen und Zielsetzung der vorliegenden Studie**

In den letzten Abschnitten wurde primär dargestellt, welche Ergebnisse die Aneignungsforschung bezüglich der persönlichen Prädispositionen, Einstellungen und Themen bisher erbracht hat. Hier gibt es eine Reihe von Hinweisen, wie sich die Zusammenhänge zwischen persönlichen Anknüpfungspunkten und Medienaneignung gestalten. Allerdings bleiben bis dato auch einige Fragen offen. An diesem Punkt möchte die hier vorliegende Studie ansetzen und weitere Erkenntnisse zum Verständnis der kindlichen und jugendlichen Medienaneignung beisteuern. Offen sind beispielsweise folgende Fragen:

- Welche Heldentypen wählen die Jugendlichen bevorzugt? Wählen sie eher Helden, die ihnen selbst ähnlich sind und ihre persönlichen Werte verkörpern? Oder wählen sie eher Antitypen, die das verkörpern, was sich die Jugendlichen selbst nicht erlauben?

- Welche Stärken, Eigenschaften, Gedanken, Erlebnisse und welches Verhalten zeigen die Jugendlichen und ihre Helden? Welche Zusammenhänge lassen sich hier beobachten?
- Verkörpern die Fernsehhelden der Jugendlichen ähnliche psychologische Muster wie die Jugendlichen selbst? Welche Zusammenhänge lassen sich zwischen diesen Mustern beobachten?
- Welches Verhalten schätzen die Jugendlichen an ihren Fernsehhelden und welches nicht?
- Wie beurteilen die Jugendlichen ihre Fernsehhelden als Vorbilder oder Rollenmodell für sich selbst?
- Von welchen Eigenschaften und von welchem Verhalten ihrer Fernsehhelden grenzen sich die Jugendlichen ab?

Das ist eine Reihe von grundlegenden Fragen, die im Hinblick auf die Aneignungsforschung mit Kindern und Jugendlichen noch nicht erschöpfend beantwortet ist. Dazu will die hier vorliegende Studie einen Beitrag leisten. Im folgenden Kapitel werden die theoretischen Grundlagen dargestellt, um diese Fragestellungen konkreter auszuarbeiten. Eine detaillierte Darstellung der Forschungsfragen und Hypothesen folgt schließlich im Kapitel „Forschungsinteresse und Forschungsfragen“.

Bisher wurde zum Thema Medienaneignung hauptsächlich qualitative Forschung betrieben, quantitative allenfalls bei der Erstellung von Listen von Fernsehhelden oder zu den Gebrauchswerten der Formate. Zur Medienaneignung selbst oder zu den psychischen Hintergrundfaktoren für die Auswahl der Helden wurde gemäß handlungstheoretischem Verständnis der Medienaneignung in der Regel anhand von Einzelfallstudien geforscht. In dieser Studie wird angenommen, dass man sich diesem Themenbereich auch quantitativ nähern kann, indem psychische Hintergrundfaktoren anhand der transaktionsanalytischen Theorie entsprechend operationalisiert werden. In einem zweiten Schritt werden die Ergebnisse schließlich in einem qualitativen Forschungsschritt vertieft und validiert (vgl. Kapitel „Methodologie dieser Studie“). Damit wird anknüpfend an die bisherigen Forschungsergebnisse eine neue Perspektive eingenommen und ein Mehrwert erzielt, indem weiterführende und breiter erhobene Forschungsergebnisse erarbeitet werden. Darüber hinaus wird theoretisch in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung Neuland betreten, indem die transaktionsanalytische Theorie in eine medienwissenschaftliche Untersuchung integriert wird.

### ***3. Verortung in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft***

In diesem Kapitel werden zum einen einige grundlegende Rahmenbedingungen für die Verortung dieser Studie dargestellt, etwa das Kausalitätsverständnis und der Rezipientenbegriff, die dieser Untersuchung zugrunde liegen, sowie das Vorgehen bei der Integration verschiedener Theorien, zumal sie aus unterschiedlichen Fächern stammen. Zum anderen werden die Modelle und Theorien, die in dieser Studie zur Anwendung kommen, beschrieben. Zu den Theorien und Modellen wird anschließend jeweils erläutert, wie und wozu sie in dieser Untersuchung verwendet werden. Am Ende dieses Kapitels liegen alle theoretischen Voraussetzungen vor, um Forschungsinteresse und -design dieser Untersuchung näher darlegen zu können.

#### ***3.1 Prämissen für die Verortung dieser Studie***

Diese Untersuchung beschäftigt sich mit den psychologischen und sozialen Bedingungen der Rezeption, indem hinterfragt wird, wie sich persönliche Prädisposition und Medienrezeption wechselseitig beeinflussen und was das für die Medienvorlieben der Rezipienten bedeutet. Dabei geht es ausschließlich um Handlungen oder Wahrnehmungen im Zusammenhang mit dem Rezeptionsprozess. Damit ist ein bestimmter Blickwinkel auf das Rezeptionsgeschehen und die Verwendung der herangezogenen Modelle verbunden, der sich auf die wissenschaftstheoretische Perspektive auswirkt. Ob die Rezipienten Medien für ihre Bedürfnisse nutzen oder Gegensand ihrer Wirkungen sind, sprich ob sie aktiv oder passiv im Geschehen der Medienrezeption sind, wirkt sich fundamental auf das Verständnis des Rezeptionsprozesses aus. Auch die Anwendung der Theorien und Modelle zur Beschreibung dieses Prozesses wird davon beeinflusst. Eine Theorie muss im jeweiligen Blickwinkel auf das Rezeptionsgeschehen Sinn machen und mit anderen Theorien und Modellen kombiniert werden können, um einen Mehrwert für die Untersuchung zu liefern. Wie das im Rahmen dieser Studie erreicht wird, wird im Folgenden näher skizziert.

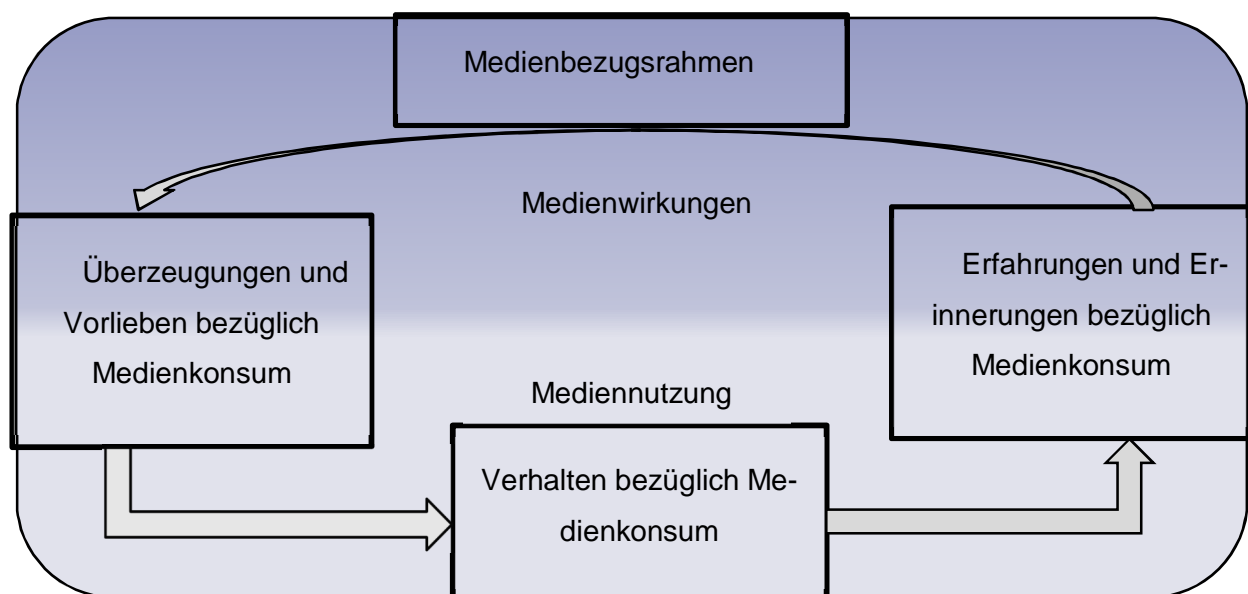
##### ***3.1.1 Mediennutzung und Medienwirkungen***

Im Hinblick auf diese Untersuchung kann man sich die Frage stellen, ob es nun primär um Mediennutzung oder Medienwirkung geht (Schweiger 2007, S. 23 ff.). In dieser Studie geht es um beide Aspekte, sie lassen sich in der hier vorliegenden Fragestellung nur schwer trennen. Bei den Fragen nach Mediengewohnheiten und Rezeptionsvorlieben geht es relativ klar um Mediennutzung, ebenso bei den Fragen zur Motivation für die Rezeption. Die zentra-

le Hypothese dieser Untersuchung lässt sich allerdings nicht mehr eindeutig der Mediennutzungsforschung zuordnen, obwohl die Faktoren um Selektion und Bewertung von Medienangeboten nach dem Zwiebelmodell der Mediennutzung (Schweiger 2007, S. 30) dazu gehören. Dennoch mischen sich in die hier angestellte Betrachtung auch Medienwirkungsaspekte, da die Medienrezeption die individuellen Prägungen – nicht nur im Hinblick auf Medienvorlieben, sondern darüber hinaus im Hinblick auf grundlegende Wertvorstellungen – verändert. Damit treten auch nach dem Zwiebelmodell nicht nur Wirkungen ein, die mit dem Umgang des Individuums mit den Massenmedien zu tun haben, sondern auch solche, die die Psyche des Individuums darüber hinaus beeinflussen.

Mediennutzung und Medienwirkung werden daher im Rahmen der transaktionsanalytischen Betrachtung nicht voneinander getrennt, da davon auszugehen ist, dass beide Phänomene ineinandergreifen und sich wechselseitig beeinflussen. Mediennutzungsvorgänge sind soz. die Voraussetzung für Selektion und Rezeption, die schließlich zu Medienwirkungen führen (können). Individuelles Handeln vor dem Hintergrund bestimmter Prädispositionen schafft so die Basis für das Rezeptionsgeschehen, das schließlich auf die Rezipienten zurückwirkt und sie eventuell verändert, nicht nur im Hinblick auf weitere Mediennutzung. Das spiegelt den Inhalt der These wider, dass individuelle Prägung und Sozialisation sich gegenseitig bedingen. Hier eine Trennung vornehmen zu wollen, führt aus transaktionsanalytischer Sicht zu einem Henne-Ei-Problem. Die individuelle Prägung entsteht zu einem großen Teil (mit Ausnahme der erblichen Faktoren) aus den Erfahrungen, die ein Individuum macht. Diese sind überwiegend sozial oder medial vermittelt und werden durch die individuellen Prägungen wieder beeinflusst. Im Hinblick auf Medien bildet das einen spiralförmigen Prozess aus wiederholter Mediennutzung und Medienwirkung ab, der sich im Bezugsrahmen zur Medienrezeption darstellen lässt:

**Abbildung 1: Bezugsrahmen zur Medienrezeption**





Überzeugungen und Vorlieben bestimmen die Mediennutzung, indem sie Selektion und Verhalten rund um die Medienrezeption steuern. Gleichzeitig beeinflussen die Erfahrungen und Erinnerungen bezüglich des Medienkonsums die Überzeugungen und Vorlieben und verändern damit den nächsten Kreislauf der Mediennutzung im Bezugsrahmen. Mediennutzung und Medienwirkung greifen nahtlos ineinander und stehen in infiniter Wechselwirkung.

### **3.1.2 Kausalität und Kausalitätsrichtung**

Dieses Prozessmodell hat auch Auswirkungen auf das Verständnis von Stimulus und Response. Der iterative Prozess kann an jeder Stelle beginnen, enden und verändert werden. Eine Diskussion um Stimulus und Response im klassischen Sinne der Medienwirkungsforschung wird damit obsolet, weil ein multifaktorielles Geschehen, in dem Medienhandeln, Mediensozialisation und Medienwirkung in einem Modell integriert werden, einen künstlichen Ausgangspunkt im Sinne eines einzelnen Reizes nicht zwangsweise für die Beantwortung der zentralen Fragen erfordert. Der Prozess ist spiralförmig und das Gesamtkonstrukt kann an jedem Punkt beeinflusst werden, wie am Modell des Bezugsrahmens aus der Transaktionsanalyse deutlich wird. Insofern ist der Rezeptions- und Medienaneignungsprozess, wie er in dieser Studie verstanden wird, eine endlose Kette von Stimulus und Response mit multifaktoriellen Einflussfaktoren. Auch eine Kausalitätsrichtung – wie ursprünglich in der klassischen Medienwirkungsforschung intendiert (Charlton & Schneider 1997, S. 17) – wird damit bewusst nur initial angenommen. Vielmehr sollen in dieser Studie Zusammenhänge untersucht werden, die wechselseitig ineinandergreifen und daher nach den klassischen Kausalitätserwägungen (Stegmüller 1971; Fröh 2004) schwer zu fassen sein dürften. Natürlich kann man anführen, dass Sozialisation und charakterliche Prägung vor dem Medienkonsum beginnen und damit eine initiale zeitliche Abfolge am Anfang des Prozesses einführen. Das macht auch Sinn, so ist die zentrale Hypothese dieser Studie auch zu verstehen. Diese Sicht auf Kausalität ist eingeschränkt definiert auf einen Punkt in der infiniten Kausalkette und daher sehr eng gefasst, aber sinnvoll für die Hypothesenbildung.

Um die hier zu untersuchenden Prozesse zu beschreiben, muss die Perspektive darüber hinaus erweitert werden, da die Ergebnisse der Medienrezeption auf die Voraussetzungen für die nächste Medienrezeption Auswirkungen haben und so auch ein rückkoppelndes Element auf die Kausalabfolge einwirkt. Im Hinblick auf das Verständnis der empirischen Untersuchung ist eine initiale Richtung in der Wirkungsweise der Medienrezeption nützlich und hilfreich, für ein adäquates Verständnis von Kausalität bzw. der Dynamik von wahrnehmungstheoretischen Wechselwirkungen muss aber in beide Richtungen gedacht werden. Statistisch werden ohnehin Korrelationen untersucht, die mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit vorliegen. Kausalität ist darüber hinaus ein philosophisches Konstrukt, das die menschliche Wahrnehmung nahelegt. Genau genommen dient es der Komplexitätsreduzierung und

einem regelgeleiteten Vorgehen im Zusammenhang mit dem Forschungsverständnis und dessen Methoden. Im Rahmen dieser Studie ist es nicht notwendig, nur eine Kausalitätsrichtung anzunehmen, das theoretische Modell für diese Untersuchung kann mit Korrelationen sehr gut begründet werden.

### **3.1.3 Aktive Rezipienten**

Die Rezipienten werden in diesem Modell als aktiv Handelnde und Wahrnehmende verstanden, passive Rezipienten, die den Medieneinflüssen ausgesetzt sind, ohne die Wahrnehmung des medialen Einflusses wesentlich beeinflussen zu können, widersprechen dem Konzept dieser Studie. Vielmehr wird davon ausgegangen, dass die Wirkung des Medienkonsums erst im Rahmen der individuellen Wahrnehmung im Zuge der Rezeption und im Nachgang realisiert und ganz wesentlich von den Rezipienten bestimmt wird. Bei einer rezipientenorientierten Betrachtung, die die Konstruktionsleistung der Empfänger in den Mittelpunkt stellt, ist die Auffassung von passiven Rezipienten nicht adäquat. Und die Vorstellung von aktiven Rezipienten verweist – wenn sie nicht rein deskriptiv verbleiben will – implizit automatisch auf Medienwirkungen (Vorderer 1992, S.11) bzw. die aktiven Rezipienten sind eine Voraussetzung für das Verständnis von Medienwirkungen (Blumler & Katz 1974, S.14).

Der berühmte Schwenk der Betrachtungsweise in der Medienwirkungs- bzw. Mediennutzungsforschung hin zu den Rezipienten, der spätestens mit der Forschung zu Uses and Gratifications (U&G) verbunden wird, ist heute wenig diskussionswürdig (vgl. Jäckel 2008, S. 78 ff.; Schweiger 2007, S. 162 ff.). Darüber hinaus ist vielmehr zu spezifizieren, was unter aktiven Rezipienten genauer zu verstehen ist und inwiefern hier Funktionalität und Bewusstheit des Medienhandelns genauer zu differenzieren sind (vgl. Jäckel ebd., S. 82; Schweiger ebd.; Vorderer 1992). Denn „Mediennutzung ist nicht nur soziales Handeln als funktionsorientierte Zuwendung zur Massenkommunikation, sondern auch ein *kognitives* und *affektives* Geschehen“ (Bonfadelli 2004, S. 209). Die Betrachtung solcher Prozesse lässt sich aus einer rezipientenorientierten Perspektive sinnvoller vornehmen. Gibt man außerdem den Ansatz auf, dass Aktivität aufseiten der Rezipienten gleichzusetzen ist mit zweckgerichtetem funktionalem Handeln, das seinen Nutzen immer außerhalb seiner selbst sucht und in jeder Situation hochgradig bewusst sein muss, so lassen sich einige Kritikpunkte auflösen, die dem U&G-Ansatz noch schwer zur Last gelegt wurden (vgl. Vorderer 1992, S. 30 ff.; Jäckel ebd.; Schweiger ebd.). Damit lassen sich auch habitualisierte Formen der Mediennutzung als aktives Handeln der Rezipienten verstehen, ebenfalls solche, die zur Entspannung oder Unterhaltung dienen. Auch eine solche Mediennutzung können Rezipienten aktiv anstreben, auch wenn sie sich während der Mediennutzung nicht besonders aktiv verhalten. Aktive Rezipienten sind also nicht als äußerlich tätige Wesen zu verstehen, die ausschließlich zweckrational handeln im Hinblick auf ein im Nachgang zu verwertendes Ergebnis. Aktiv sind die Rezipien-

ten im Sinne bedürfnisgeleitet Handelnder, die den Medienkonsum für ihre Interessen einsetzen und an der Generierung ihrer Rezeptionserlebnisse und ihrer Wahrnehmung des Medienangebots wesentlich beteiligt sind. Darunter fallen beispielweise auch die kognitive und affektive Verarbeitung der Medienrezeption und der individual- und sozialpsychologische Nutzen aus dem Rezeptionserlebnis. Mit Schweiger (2007, S. 163) könnte man Aktivität als „mehrdimensionales Konstrukt“ bezeichnen, das sich aus mehreren Faktoren speist und unterschiedlich von außen wahrgenommen werden kann. Schweiger führt Selectivity, Utility und Involvement sowie Immunität gegenüber medialer Beeinflussung als Dimensionen an (Schweiger 2007, S. 163 ff.). In dieser Arbeit wird darüber hinaus die individuelle Ausformung der kognitiven und affektiven Wahrnehmung der rezipierten Inhalte als wesentliche Dimension der Rezipientenaktivität verstanden.

### **3.1.4 Erweiterung der rezipientenorientierten Perspektive**

Das Verständnis der rezipientenorientierten Perspektive in dieser Studie geht also deutlich über das im U&G-Ansatz angedachte Verständnis hinaus, auch wenn sich dort im Laufe der Entwicklung der Forschung zu U&G bereits eine Erweiterung der Perspektive vollzogen hat (Jäckel 2008, S. 81). Vor dem Hintergrund der vorliegenden Untersuchung fehlt im U&G-Ansatz eine Reihe von Aspekten, die sich sowohl auf motivationale als auch auf wahrnehmungstheoretische und innerpsychische Fragen beziehen. Und genau diese fehlenden Aspekte und ihre Auswirkungen auf das Rezeptionsverhalten lassen sich mithilfe des transaktionsanalytischen Ansatzes, der in dieser Untersuchung verwendet wird, sehr gut betrachten. Damit können beispielsweise auch sich selbst genügende Motive, unbewusste oder halb-bewusste Handlungen oder auch innerlich ablaufende psychische Prozesse, die mit einem rein zweckrationalen Handlungsmodell nicht gefasst werden können, erfasst und erklärt werden. Damit wird das kommunikationswissenschaftliche Verständnis einer rezipientenorientierten Perspektive erweitert und um neue Aspekte in der Betrachtung der Verarbeitung von Medienwahrnehmung angereichert. Zu diesem Zweck wird mit der Transaktionsanalyse ein theoretisches Modell, das bisher nicht in der Kommunikationswissenschaft angewandt wurde, in eine kommunikationswissenschaftliche Studie integriert und für eine veränderte Forschungsperspektive und damit neue Erkenntnisse fruchtbar gemacht.

Nicht im Sinne der übergreifenden transaktionsanalytischen Betrachtungsweise ist es, die Rezipienten als „Opfer“ einer Medienwirkung zu denken, die mit ihnen selbst nur wenig zu tun hat, außer dass sie sich dem Einfluss eines Mediums ausgesetzt haben. Diese behavioristisch anmutende Sichtweise, die heute in der Kommunikationswissenschaft wohl kaum noch in dieser Form vertreten wird, ist mit der Transaktionsanalyse nicht zu vereinbaren (vgl. Erskine & Moursund 1991, S. 17). In erster Linie geht es darum, was die Rezipienten mit dem Medium machen und wofür sie es einsetzen. Im zweiten Schritt geht es darum, wie das

Erleben der Medienrezeption wiederum auf sie „zurückwirkt“, transaktionsanalytisch gesehen also Bezugsrahmen und Skript der Rezipienten beeinflusst. Ein behavioristisches Wissenschaftsverständnis würde außerdem nicht zum Weltbild der humanistischen Psychologie passen, auf das sich die Transaktionsanalyse eindeutig beruft (vgl. beispielsweise Stewart & Joines 2002, S. 28 f.).

### **3.1.5 Interdisziplinäre Integration von Theorien**

Im Rahmen dieser Studie wird nicht nur mit einem theoretischen Ansatz gearbeitet, der wie in vielen Studien gleichzeitig Forschungsinstrument und Gegenstand der Fragestellung ist. Vielmehr wird eine übergeordnete Fragestellung mithilfe mehrerer Modelle und Theorien betrachtet und beantwortet. Diese Modelle und Theorien decken jeweils bestimmte Teile der Fragestellung ab, die sie besonders gut erfassen können. In Summe ergeben sie ein vollständigeres und umfassenderes Bild als das jeder Ansatz einzeln hätte leisten können. Dennoch steht mit der Transaktionsanalyse ein Ansatz im Zentrum dieses Designs, der als Klammer über alle verwendeten Elemente dient. Mit der Transaktionsanalyse liegt dieser Studie ein psychologischer Ansatz zugrunde, der das Gesamtkonzept bzw. das Grundverständnis dieser Untersuchung maßgeblich bestimmt. Er dient als theoretischer Überbau, in den einzelne Modelle oder Theoriebausteine, die zur Betrachtung verschiedener Phänomene herangezogen werden, integriert werden, z.B. die Theorie des sozialen Vergleichs oder beispielsweise die Konzepte von Identifikation und Projektion.

Die Transaktionsanalyse fungiert in diesem Zusammenhang als übergreifende Theorie, soz. als Metatheorie in dieser Studie. Die Wahl ist hier auf die Transaktionsanalyse gefallen, weil sie einerseits einen kommunikationsbasierten Ansatz darstellt, der es auch erlaubt, kleine Kommunikationseinheiten systematisch zu betrachten und für einen größeren Kontext nutzbar zu machen. Andererseits ist aber auch gerade die Transaktionsanalyse dazu geeignet, individual- und sozialpsychologische Phänomene übergreifend zu betrachten und andere psychologische Modelle zu integrieren, da sie in ihrer eigenen Genese eine integrative Anlage mitbringt (Christoph-Lemke 2001, S.5). Beispielsweise war Eric Berne, der Begründer der Transaktionsanalyse, ursprünglich ein Schüler der Psychoanalyse, hat seinen eigenen Ansatz aber durch einen um sozialpsychologische Aspekte und gruppentherapeutische Methoden erweiterten Blick entwickelt. Und die Transaktionsanalyse ist geeignet, die Verbindung mit einer Disziplin wie der Kommunikationswissenschaft mit ihren spezifischen Fragestellungen zu ermöglichen. Sie ist überdies bestens dazu geeignet, sowohl Sozialverhalten als auch intrapsychische Prozesse zu erklären und schlüssig aufeinander zu beziehen. Mit Hilfe der Transaktionsanalyse ist es sowohl möglich, den Fokus auf die individualpsychologische Betrachtung zu richten, mit einem Persönlichkeitsmodell der Psychologie im klassischen Sinne, das primär einem auf einzelne Personen bezogenen psychologischen Blick-

winkel nützlich ist. Die transaktionsanalytische Perspektive erlaubt aber auch den Fokus auf beziehungspsychologische Faktoren, die es ermöglichen, das Sozial- und Kommunikationsverhalten anhand der Betrachtung von sozialen Interaktionsmustern beziehungspsychologisch zu begründen.

Die Transaktionsanalyse ist nicht in dem Sinne Metatheorie, als sie systematisch alle hier verwendeten Theorien und Methoden in direkte Beziehung zueinander setzt, geschweige denn hierarchisch unter einem Dach aufeinander aufbaut. Gemeinsame Grundannahmen für alle verwendeten Modelle werden nur sehr abstrakt angenommen, im Sinne der Rezipientenorientierung (siehe vorhergehender Abschnitt), einem gemeinsamen Menschenbild sowie gemeinsamer wissenschaftstheoretischer Grundlagen (siehe Kapitel „Methodologie dieser Studie“). Es handelt sich also um eine sehr lose Integration, wenn man diese Voraussetzungen als Kriterien für ein integriertes Vorgehen ansetzt (Christoph-Lemke 2006, S.12 ff.). Geht man davon aus, dass sich die gewählten Theoriebausteine und Methoden nicht widersprechen dürfen, in ihren Grundzügen miteinander vereinbar sein müssen und gemeinsam einen vielversprechenderen Interpretationsraum bieten als jeweils alleine, dann entspricht das Vorgehen deutlicher einem integrativen Ansatz. Zumindest den „durchdachten Eklektizismus“ (Christoph-Lemke 2006, S. 6) erlaubt sich diese Studie für sich in Anspruch zu nehmen, da die Kombination der gewählten Ansätze vor dem Hintergrund der Fragestellung einen Mehrwert im Hinblick auf die Möglichkeiten zu deren Beantwortung ergibt und keinerlei Widersprüchlichkeiten generiert, die das Vorhaben erschweren oder behindern würden. Denn die innerhalb einer Untersuchung verwendeten theoretischen Bausteine sollten zumindest keine elementaren Widersprüche erzeugen, weder in der Psychologie noch in der Kommunikationswissenschaft. Alle in dieser Untersuchung kombinierten Theoriebausteine lassen sich vor dem Hintergrund einer rezipientenorientierten Perspektive gut miteinander vereinbaren und gewinnbringend einsetzen. Damit scheint ein interdisziplinäres Untersuchungsdesign für diese Studie durchaus sinnvoll und gerechtfertigt.

Unter dem Dach der Transaktionsanalyse finden sowohl funktionale (verhaltensbezogene) sowie kognitive und affektive Aspekte Platz. Sozialpsychologische und tiefenpsychologische Mechanismen lassen sich problemlos integrieren und mit dem Bezugsrahmen als Klammer über alle verwendeten Ansätze ergibt sich ein stimmiges Bild. Dieses Modell eignet sich daher nicht nur innerhalb der Psychologie als übergreifendes Konzept (vgl. Christoph-Lemke 2001 S. 8; vgl. Erskine & Moursund 1991, S. 67f.), sondern auch interdisziplinär. Vor diesem Hintergrund lassen sich somit verhaltens-, kognitions-, emotions- und sozialpsychologische Prozesse analysieren (vgl. Christoph-Lemke 2001, S. 6). In der Transaktionsanalyse und in dieser Studie wird damit eine subjektbezogene Perspektive verfolgt, die sich insbesondere mit kognitiven und affektiven Reaktionen und innerpsychischen sowie interaktionellen Prozessen beschäftigt. Das heißt nicht, dass deswegen keine Messungen und darauf

basierend Verallgemeinerungen möglich sind, sondern nur, dass Gegenstand und Vorgehensweise auf diese Perspektive hin ausgelegt sein müssen. Wie man solche Faktoren sozialwissenschaftlich operationalisieren kann, ist eine andere Frage, die im Abschnitt zur Methodologie der Studie näher erläutert wird (siehe Kapitel „Methodologie dieser Studie“, Abschnitte „Schriftliche Befragung“ und „Tiefeninterviews“).

### **3.2 TV-Formatforschung: Einflussfaktoren und der Grad ihrer Bewusstheit**

Nachdem einige wichtige Prämissen für die Einordnung dieser Studie in die kommunikationswissenschaftliche Forschungslandschaft dargestellt wurden, werden nun die Theorien und Modelle vorgestellt, mit denen im Rahmen dieser Arbeit gearbeitet wird. Beginnend mit deskriptiven Modellen wird sukzessive hin zu analytischen Modellen gearbeitet, parallel dazu wird der Bewusstheitsgrad der beschriebenen Zusammenhänge rückläufig sein. Das Modell der TV-Formatforschung, das einen Überblick über die verschiedenen Prozessdimensionen und Bewusstheitsebenen im Rezeptionsprozess gibt, strukturiert diese Zusammenhänge und bildet somit eine Klammer um alle in dieser Untersuchung verwendeten Theorien und Modelle. Nach den Dimensionen und Ebenen des Modells der TV-Formatforschung werden im Folgenden die Theorien und Modelle sowie die Untersuchungsergebnisse systematisch dargestellt.

#### **3.2.1 TV-Formatforschung**

Das Konzept der TV-Formatforschung ist ein Werkzeug, das im Rahmen von verschiedenen Projekten der angewandten Rezipientenforschung für Medienunternehmen entwickelt und in diesem Zuge auf Tauglichkeit geprüft wurde. Es sei hier kurz in seinen wichtigsten Grundannahmen umrissen:

1. TV-Erlebnisse werden im Wesentlichen von Faktoren beeinflusst, die sich in zwei Dimensionen ordnen lassen:

Dimension TV: umfasst die Einflussfaktoren, die speziell mit dem Medium zu tun haben...

- die inhaltlichen und formalen Erwartungen,
- die äußere Situation, in der ferngesehen wird,
- die emotionalen Wünsche an das aktuelle TV-Erlebnis.

Dimension Persönlichkeit: umfasst alle Faktoren, welche die Persönlichkeit der Rezipienten charakterisieren...

- ihre Prädispositionen in Bezug auf Themen,
- ihre Neigungen zu sozialen Interaktionen,
- ihre emotionalen Präferenzen und Muster.

2. Für diese Einflussfaktoren ist eine systematische Differenzierung im Erlebnis- und Bewusstseinsspektrum erkennbar:

- In der Regel bewusst sind die Fernsehsituation und die Erwartungen an Inhalte, sie stellen eine rationale Grundlage für die Wahrnehmung des Programms dar.
- Nur teilweise oder halb bewusst sind der emotionale Erlebniswunsch und die thematische Prädisposition, beide sind problemlos reflektierbar, wirken aber häufig latent unter der Oberfläche des Bewusstseins.
- Vorwiegend unbewusst sind persönliche emotionale Präferenzen und die Affinität zu sozialen Interaktionen, sie beeinflussen das Fernseherlebnis, sind aber nicht unmittelbar erkennbar bzw. erfragbar, sondern müssen in einer Übertragungsleistung zugänglich gemacht werden.

3. Schließlich kann man diese Einflussfaktoren in drei Persönlichkeitsebenen strukturieren, die eine logische Klammer um die beschriebenen Dimensionen TV und Persönlichkeit und das Bewusstseinsspektrum bilden:

Die kognitive Ebene ist geprägt von der Suche nach...

- Informationen und Positionen zu aktuellen Themenfeldern, die den persönlichen Interessen und Bedürfnissen der Rezipienten entsprechen;
- Wissenserweiterung, man will dazulernen, eigene Positionen überprüfen bzw. festigen und für Gespräche und Diskussionen zu aktuellen Themen gerüstet sein;
- Beratung, die Rezipienten lernen Handlungsoptionen kennen oder können ihre eigene Realität mit derjenigen anderer vergleichen, sich selbst einordnen oder korrigieren;
- bekannten formalen oder dramaturgischen Merkmalen, gemäß den Erwartungen an Genres bzw. TV-Formate.

Die soziale Ebene betrifft die Möglichkeiten zu sozialen Interaktionen bei der Rezeption, so kann Fernsehen...

- ein Familienereignis, ein gemeinsamer Zeitvertreib mit Partnern oder Freunden sein;
- eine Möglichkeit zum Rückzug sein und damit etwas, das man ganz für sich alleine tut;
- eine Möglichkeit für parasoziale Interaktionen und bei wiederholter Präsenz bestimmter Personen auf dem Bildschirm sogar eine Chance für parasoziale Beziehungen eröffnen;
- eine Chance zum sozialen Lernen oder sozialen Vergleich bieten.

Auf der emotionalen Ebene können die Rezipienten beim Fernsehen...

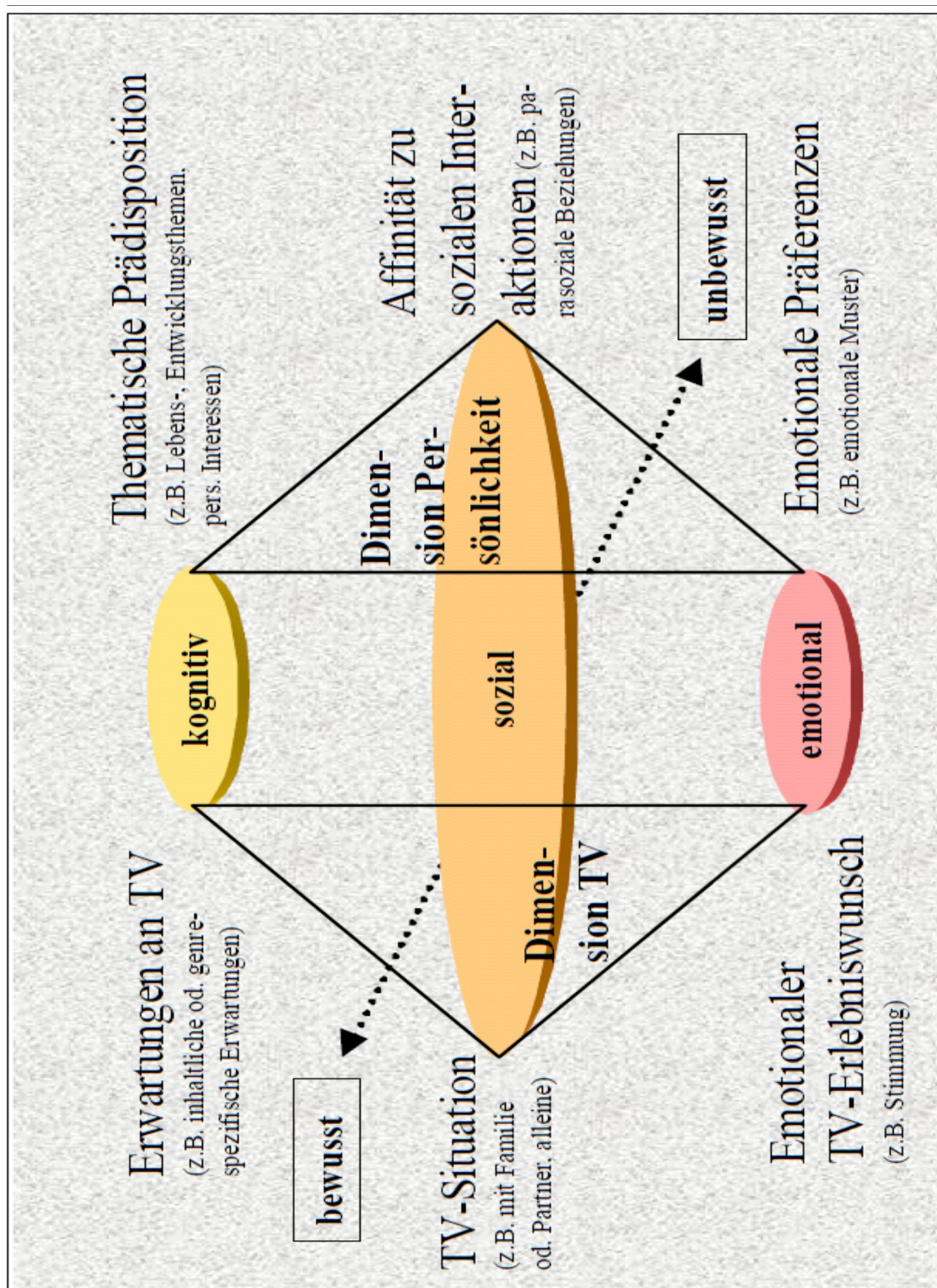
- sowohl oberflächliche wie tiefergehende Erlebnisse und Empfindungen haben, die situationsabhängig als auch typisch für das emotionale Erleben der Rezipienten sind;
- sich selbst im Programm wiederfinden, sich mit Lieblingscharakteren identifizieren. Zudem eröffnen sich zahlreiche Projektionsmöglichkeiten, von Hintergründen für Tagträume bis zu konkreten Personen.
- ein breites Spektrum an Erlebnismöglichkeiten genießen, das weitgehend selbst gesteuert werden kann, soweit es im Programm dafür eine Übertragungs- oder Anknüpfungsmöglichkeit gibt.

Anhand der beiden Dimensionen von Einflussfaktoren und der jeweiligen Persönlichkeitsebene, der ein Einflussfaktor zuzuordnen ist, lässt sich auch der Bewusstseitsgrad von Einflüssen auf die Medienwahrnehmung differenzieren (siehe Abschnitt „Rezipientenbedürfnisse nach Bewusstheit“ unten). Anhand der grafischen Darstellung auf der nächsten Seite lässt sich diese Systematik gut ablesen. Mithilfe dieses Modells kann auch im Laufe einer Untersuchung gut nachvollzogen werden, wie bestimmte Einflüsse einzuschätzen sind, unabhängig von dem theoretischen Modell, mit dem sie diagnostiziert und untersucht werden. Im Laufe dieser Studie wird das Modell daher immer wieder als Hilfsmittel zur Strukturierung der untersuchten Einflussfaktoren herangezogen.



### 3.2.2 Modell der TV-Formatforschung

Abbildung 2: Modell der TV- Formatforschung



(Quelle: Eigene Darstellung)

### **3.2.3 Rezipientenbedürfnisse nach Bewusstheit**

Im Rahmen dieser Arbeit ist davon auszugehen, dass die Rezipienten mit dem Medienkonsum bestimmte Bedürfnisse befriedigen und sich ihrer Motive weitgehend bewusst sind bzw. sich diese bewusst machen können. Das gilt auch für viele andere Handlungen im Leben. Dennoch reflektiert niemand in jedem Moment seines Lebens genau, was er tut und warum. Eine solche Aufmerksamkeit auf alltägliche Dinge würde jeden Alltag sprengen und ein normales Leben unmöglich machen. Jeder Mensch ist darauf angewiesen, bewährte Strukturen und Routinen zu verfolgen, ohne in jeder Sekunde darüber nachzudenken. Gezielte Aufmerksamkeit ist erst dann notwendig, wenn eine Tätigkeit nicht ohne besondere Konzentration erledigt werden kann, weil sie zu komplex oder anspruchsvoll ist, weil überraschende Hindernisse auftauchen oder wenn bewusst Aufmerksamkeit auf Erlebnisse gelegt wird, wie etwa Information oder Ablenkung suchen, Genießen oder Wichtigkeit beimessen, Lernen oder soziale Bewertungen vornehmen etc.

Und es ist ebenso davon auszugehen, dass die Rezipienten in den meisten Fällen wissen, was sie als Nutzen ihres Handelns erwarten und diesen in der Regel auch bekommen. Zumindest bei bekannten Formaten oder stark habitualisiertem Mediengebrauch dürfte die Überraschungsspanne relativ gering sein und im kalkulierbaren Rahmen liegen. Was nicht heißen muss, dass diese Motive und Gratifikationen bzw. Wirkungen immer zielführend sind im Sinne „höherer“ Ziele. Jeder Mensch tut tagtäglich viele bewusste oder semibewusste Tätigkeiten, die zu seinem alltäglichen Leben gehören und erforderlich oder sinnvoll sind, damit das Leben gut bewältigt wird. Diesen Tätigkeiten misst man oft nicht viel Aufmerksamkeit bei, man kann sie aber sehr gut beschreiben, wenn man danach gefragt wird. Auch wenn jemand etwa jeden Tag zur selben Zeit fernsieht und hier eine gewisse Routine vorliegt, ist nicht davon auszugehen, dass er das in dem Sinne unbewusst tut, dass er sich nicht daran erinnern kann oder nicht wahrnimmt, was er tut. Insofern findet Medienkonsum auch tiefenpsychologisch gesehen vor einem Spektrum an Motiven und Bewusstheitsgraden statt. In der Grafik auf der vorhergehenden Seite kann man dieses Bewusstseinspektrum ablesen, das von links oben nach rechts unten abnimmt. Dennoch wird in dieser Untersuchung angenommen, dass die Prozesse auf dieser Linie bewusst gemacht werden können und per Befragung erhoben werden können.

### **3.2.4 Verwendung für die vorliegende Studie**

Das Modell der TV-Formatforschung dient in dieser Studie vor allem zur Strukturierung der verwendeten theoretischen Modelle und den dazu erzielten Ergebnissen. Die Zuordnung zu bestimmten Dimensionen der Rezeptionssituation und dem damit einhergehenden Bewusstheitsgrad soll helfen, die Ergebnisse strukturiert und geordnet nach Analysetiefe und Bewusstseinsniveau aufzuarbeiten.

Die Dimension TV aus dem Modell der TV-Formatforschung wird in erster Linie mithilfe des Uses & Gratifications-Ansatzes beleuchtet, der unmittelbar im Anschluss erläutert wird. Vor diesem Hintergrund lässt sich besonders der deskriptive Teil der Untersuchungsergebnisse gut betrachten. Hier geht es um die Fragenblöcke 1 und 2 in den Forschungsfragen (vgl. Kapitel „Forschungsinteresse und Forschungsfragen“, Abschnitt „Übersicht über die Forschungsfragen und Hypothesen der Studie“). Diese Fragen beziehen sich auf die Fernsehgewohnheiten und Fernseherlebnisse der Jugendlichen, ihre Wünsche an die Rezeptionssituation und ihre Erwartungen an das Fernsehen. Auch die Nutzung des Fernsehens zur Steuerung von Stimmungslage und Entspannungslevel werden in diesem Zusammenhang betrachtet. Diese Teile der Untersuchung sind in Analysetiefe und Bewusstseinsniveau relativ leicht abzufragen und erfordern keine komplizierte Operationalisierung, um erhoben werden zu können. Die Antworten auf diesbezügliche Fragen sollten den Rezipienten bewusst sein oder leicht auf Nachfrage bewusst gemacht werden können.

Die Dimension Persönlichkeit wird dagegen schwerpunktmäßig anhand der sozial- und tiefenpsychologischen Modelle sowie der Transaktionsanalyse beleuchtet. Hier sind wesentlich komplexere Mechanismen zu untersuchen, die über die Dimension TV und die theoretischen Grundlagen von Uses & Gratifications hinausgehen. Die zu betrachtenden Prozesse werden zwar im Motivkatalog von Uses & Gratifications angedeutet, erfordern aber tiefergehende theoretische Grundlagen, um adäquat analysiert werden zu können. Die Fragen dazu finden sich in den Fragenblöcken 3 und 4 in den Forschungsfragen (vgl. Kapitel „Forschungsinteresse und Forschungsfragen“, Abschnitt „Übersicht über die Forschungsfragen und Hypothesen der Studie“). In diesem Themenkomplex finden sich die Hauptinteressen dieser Studie, sie nehmen auch den größten Raum im Rahmen dieser Untersuchung ein. In diesem Zusammenhang sind die Analysetiefe deutlich höher und das Bewusstseinsniveau wesentlich geringer, sodass hier stärker mit theoretischen Modellen zur Operationalisierung und Interpretation gearbeitet werden muss.

### **3.3 *Uses & Gratifications***

Uses & Gratifications ist der Ansatz, der als der rezipientenorientierte Ansatz in die Geschichte der Medienforschung eingegangen ist. U&G wird der Schwenk in der Medienforschung von der medienorientierten zur rezipientenorientierten Sichtweise nachgesagt, unabhängig davon, ob es bereits andere Forschungsansätze gab, die sich primär mit den Rezipienten beschäftigt haben (Schweiger 2007, S. 60). Ob es sich dabei wirklich um einen Paradigmenwechsel in der Kommunikationswissenschaft gehandelt haben mag, bleibt dahingestellt, hier gibt es begründete Zweifel (Brosius & Esser 1998). Dennoch hat sich mit U&G die Forschungsperspektive hin zu den Rezipienten verlagert und so den „Boden bereitet“ für

eine Reihe von Studien rund um die Bedürfnisse der Rezipienten (Blumler & Katz 1974, S. 15).

In der U&G-Forschung wird primär gefragt, was die Rezipienten mit den Medien tun und warum – nicht umgekehrt. Die wichtigsten Prämissen sind dabei, dass Menschen Medien nutzen, um Bedürfnisse zu befriedigen und damit einen Nutzen für sich erzielen. Sie sind als aktiv handelnde Individuen zu verstehen, die die Medienrezeption zu einem bestimmten Zweck suchen und nicht passiv den Einflüssen der Medien ausgesetzt sind. Neben den Medien gibt es selbstverständlich auch andere Möglichkeiten zur Bedürfnisbefriedigung und die Entscheidung für die Nutzung von Medien stellt eine Handlung dar, die bewusst ist bzw. die man sich nachträglich bewusst machen kann (Katz et al., 1974). Der U&G-Ansatz stellt also die Motive und Bedürfnisse der Rezipienten in den Mittelpunkt und versucht von da aus zu erschließen, welche Faktoren das Geschehen bei der Medienrezeption bestimmen. Der Übergang vom medienzentrierten Paradigma zum rezipientenorientierten Paradigma gestaltete sich „einigermaßen fließend“ (Vorderer 1992, S.19.), indem die rezipientenorientierte Betrachtung sukzessive erweitert wurde. Der Paradigmenwechsel wurde erst im Nachgang attestiert, vielmehr wurde die Forschung aus einer bestimmten Perspektive durch die Betrachtung aus einem anderen Blickwinkel ergänzt (Schweiger 2007, S. 62). Damit wurde der Kommunikationsprozess schließlich als symmetrisch betrachtet (Merten 1984, S. 66).<sup>23</sup>

Im Rahmen der Forschung zu U&G sind mittlerweile zahlreiche Studien durchgeführt worden, deren Darstellung den Rahmen hier sprengen würde. Waren anfänglich mehr deskriptive Arbeiten zu verzeichnen, verlagerte sich der Schwerpunkt mit der Zeit auf die Operationalisierung der Bedürfnistypologien und der damit verbundenen Variablen. Schließlich wurden die Ergebnisse auch dazu genutzt, Hypothesen und Erklärungen zu entwickeln rund um die Werte, Bedürfnisse, Motive der Rezipienten und deren Verhalten und Gratifikationen in Verbindung mit der Medienrezeption (Aelker, 2008a, S. 20; Vorderer 1992, S. 19 f.).

Die wichtigste Methode der U&G-Forschung ist die Befragung, ausgehend von der Annahme, dass Rezipienten ihre Motive und Bedürfnisse kennen und darüber Auskunft geben können. Vorderer nennt diese Prämisse die „Annahme von der Sprachbegabtheit und adäquaten Auskunftsfähigkeit der Rezipienten über ihre Gründe zur Nutzung von Medien, die dem methodischen Vorgehen im Rahmen des Uses-&-Gratifications-Ansatzes implizit zugrunde liegt“ (Vorderer 1992, S. 22). Neben standardisierten, schriftlichen Befragungen kamen in U&G-Studien auch qualitative Verfahren zum Einsatz, beispielsweise Gruppendiskussionen (Schweiger 2007, S. 63).

---

<sup>23</sup> Es ist daher nicht notwendig, von einem Antagonismus à la Schulz auszugehen, um eine positive Wendung in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungspraxis zu erkennen: „Das selektive Verhalten des Rezipienten, das die ältere Kommunikationsforschung als eine Art Störgröße aufgefasst und für die scheinbare Wirkungslosigkeit von Massenkommunikation verantwortlich gemacht hat, kehrt der Nutzen-Ansatz ins Positive, indem er es als Voraussetzung von Wirkung begreift.“ (Schulz 1982, S. 55)

Die dabei am häufigsten identifizierten Gründe für Mediennutzung sind:

- „1. das Bedürfnis nach Information (Orientierung, Ratsuche, Lernen etc.)
2. das Bedürfnis nach Unterhaltung (Eskapismus, Entspannung, sexuelle Stimulation etc.)
3. das Bedürfnis nach persönlicher Identität (Suche nach Verhaltensmodellen, Bestärkung persönlicher Werte etc.) und
4. das Bedürfnis nach Integration und sozialer Interaktion (Geselligkeitsersatz, Rollenmodell, Gesprächsstoff etc.).“ (Aelker 2008a, S. 20; vgl. Schramm & Hasebrink 2004)

Dieser Motivkatalog ist auch die Grundlage für die hier vorliegende Untersuchung, wobei vor allem die Punkte 3 und 4 besondere Bedeutung für die Fragestellung dieser Studie haben. Entlang dieser Liste von Motiven werden im Folgenden zuerst die theoretischen Modelle für die Analyse und im Ergebnisteil die Erträge dieser Studie dazu dargestellt. Vor allem die Punkte 3 und 4 werden unten mit weiteren Theorien und Modellen noch ausführlicher theoretisch fundiert und detailliert analysiert.

### **3.3.1 Kritik am U&G-Ansatz**

Neben allen Errungenschaften wurde der U&G-Ansatz auch vielfach kritisiert, hier werden allerdings nur die Kritikpunkte thematisiert, die im Zusammenhang mit der hier vorliegenden Untersuchung relevant sind. Ein wesentlicher Kritikpunkt waren die methodischen Implikationen der Befragung als Hauptmethode. Häufig wird die habitualisierte Mediennutzung als wenig bewusstes Handeln als Argument gegen die Rationalität der Auskunft der befragten Personen ins Feld geführt. Darüber hinaus wurde generell bezweifelt, ob Rezipienten bezüglich ihrer internalen Prozesse rational und wahrheitsgemäß antworten können und wollen (z.B. Aelker 2008b, S.30; Kübler 1989, S. 32; Vorderer 1992, S. 34 ff.; Schweiger 2007, S. 69 ff.; Zillmann 1985, S. 226). Warum allerdings ein habitualisiertes Verhalten, das nicht in jeder einzelnen Anwendung tief durchdacht sein muss, grundsätzlich nicht rational sein soll und den Rezipienten nicht soweit bewusst, dass sie darüber Auskunft geben können, ist nicht nachvollziehbar. Dass jemand, der im Normalfall täglich um 20.00 Uhr die Nachrichten sieht, nicht rational berichten können soll, dass und warum er das tut, ist wenig einleuchtend. Ein bewährtes Verhalten muss nicht in jeder einzelnen Situation langwierig hinterfragt und überlegt werden, um rational zu sein. Würde man bei jeder roten Ampel erst lange überlegen und abwägen, ob man anhält oder nicht, wäre das eher als irrational zu betrachten als das gegenteilige Verhalten. Und man ist sich dessen trotzdem völlig bewusst, warum man an einer roten Ampel anhält und kann darüber sehr gut Auskunft geben.

„Wenn sich die ursprüngliche Einschätzung über längere Zeit hinweg bestätigt, gibt es keinen Grund, von der Gewohnheit abzuweichen. Darüber hinaus besteht auch keine Notwendigkeit, täglich aufs Neue darüber zu entscheiden, zumal jede Entscheidung Zeit und kognitive Energie erfordert. Es kann also durchaus rational sein, bewährte Gewohnheiten aufrechtzuerhalten.“ (Schweiger 2007, S. 70)

Die Frage, inwieweit soziale Erwünschtheit die Antworten verzerren kann, mag gewichtiger sein, zumindest wenn es um Motive geht, die in stark tabuisierte Bereiche hineinreichen, wie etwa sexuelle oder stark abwehrbesetzte Motive, z.B. Angstabwehr (Vitouch 1993). Bei der Angstabwehr geht man davon aus, dass Menschen ihre Angst verneinen, wenn sie direkt danach gefragt werden, gleichzeitig aber mit ihrer Angst kontrolliert umgehen können, wenn sie (in bestimmten Maßen) angsterregende Fernsehinhalte konsumieren. In diesem Falle könnte das Ergebnis einer Befragung zu diesem Aspekt der Rezeption durchaus von einer Hemmung des bewussten Umgangs mit einem latenten Bedürfnis oder der sozialen Erwünschtheit von Angsteingeständnissen beeinflusst werden. Dass ein solcher Mechanismus bereits die Fragen in dieser Studie nach Informationssuche, Zeitvertreib, Entspannungs- oder eskapistischen Bedürfnissen dominiert (Vorderer 1992, S. 34), ist wenig wahrscheinlich.

Ein weiterer wichtiger Kritikpunkt am U&G-Ansatz war und ist der Vorwurf der „Theorieschwäche“ bzw. „Theorielosigkeit“ (Vorderer 1992, S. 28). Dass der U&G-Ansatz gar nicht beansprucht, eine Theorie im klassischen Sinne zu sein, sondern viel mehr eine Forschungsperspektive, vor deren Hintergrund viele verschiedene Annahmen getroffen werden können (Blumler & Katz 1974, S. 15), gerät hier aus dem Blick. So wird U&G auch in dieser Studie genutzt, daher ist es unwichtig, dass eine grundlegende Theorie zu menschlichen Bedürfnissen im Zusammenhang mit dem Medienkonsum fehlt und Bedürfnisse beliebig mit Mediennutzungsverhalten in Verbindung gebracht werden (Aelker 2008a, S. 21).<sup>24</sup>

Schließlich wurde dem U&G-Ansatz auch eine primär individualistische Perspektive zum Vorwurf gemacht, in erster Linie geht es tatsächlich meist um die persönlichen Bedürfnisse einzelner Nutzer. Die Erweiterung der Perspektive auf die Interpretation der Handlungen der Rezipienten vor ihrem sozialen und kulturellen Hintergrund ist wünschenswert (Schweiger 2007, Charlton 1997), da die Entscheidungen der Rezipienten von vielen verschiedenen Faktoren beeinflusst werden. In der hier vorliegenden Untersuchung wird das über die Betrachtung der Einflüsse über den Bezugsrahmen gelöst, der zwar individuell ist, aber die kulturellen und sozialen Einflüsse auf die Rezipienten umfasst.

---

24 Darüber hinaus wurden dem U&G-Ansatz eine „funktionalistische Perspektive“ im Sinne der rationalistischen Rechtfertigung jeglichen Medienkonsums zur Bedürfnisbefriedigung der Rezipienten und eine „instrumentell-utilitaristische Perspektive“ im Hinblick auf die Suche nach Bedürfnissen außerhalb der Mediennutzung vorgeworfen (McQuail 1985, Vorderer 1992). Letztere besagt, Mediennutzung als Selbstzweck oder um der Mediennutzung innewohnenden Gratifikationen wie ästhetischer Genuss oder parasoziale Interaktion willen würde damit nicht als Mediennutzen in Frage kommen, weil sie keine außerhalb der Mediennutzung liegende Ziele darstellen. In den vorliegenden Studien zum U&G-Ansatz haben diese Punkte längst Einzug in die Gratifikationskataloge gehalten und damit das Bild von ausschließlich aktiven und rational an außenliegenden Zielen orientierten Rezipienten relativiert. Vorderer (1992, S. 32) bescheinigt dem U&G-Ansatz außerdem eine „Medien- bzw. Inhaltsvergessenheit“, d.h. medien- und inhaltspezifische Merkmale finden kaum Niederschlag in U&G-Studien. Obwohl es mittlerweile zahlreiche genrespezifische Studien vor dem Hintergrund von U&G- gibt (Schweiger 2007, S. 65), werden inhaltliche oder strukturelle Merkmale von Medienangeboten kaum im Zusammenhang mit Nutzungsaspekten betrachtet. Vorderer (1992) führt dies auf die sozialwissenschaftliche Orientierung und empirische Prägung der Kommunikations- und Medienforschung zurück, im Gegensatz zu den geisteswissenschaftlich orientierten und hermeneutisch arbeitenden Literatur- und Medienwissenschaften.

### **3.3.2 Kognitive und emotionsbezogene Motive**

In Anknüpfung an U&G werden nun einige zentrale Motive beschrieben, die Anlass für die Rezeptionssituation oder deren Nutzen sein können. Sie sind als Hintergrund für die inneren Prozesse bei informierenden oder unterhaltenden Rezeptionshandlungen zu verstehen und beziehen sich auf die ersten beiden Punkte des Motivkatalogs nach U&G (siehe vorangehender Abschnitt).

#### **3.3.2.1 Information und Orientierung**

Da Informationsverarbeitung quasi als zentrale Strategie von intelligenten Lebewesen zu verstehen ist (Pinker 2011, S. 89), ist das Bedürfnis nach Information auch ein wichtiges Motiv, um sich in der Welt – auch mithilfe der Medien – zu orientieren. Information ist allerdings allgegenwärtig, bei der erfolgreichen Informationsverarbeitung geht es vielmehr darum, diese zu nutzen, um die aktuelle Situation zu interpretieren und darauf aufbauend Probleme zu lösen oder Ziele zu erreichen (Pinker 2011, S. 84 ff.). Information muss also erst gefunden, interpretiert und nutzbar gemacht werden. „Information beinhaltet stets ein Ordnungsmoment, da mit ihr eine interpretierende Beziehung zu einem konkreten / abstrakten Gegenstand hergestellt wird.“ (Faßler 1997, S. 119) Oder um es mit Dervin (Dervin et al. 1982; Dervin 1989) zu beschreiben, beziehen die Rezipienten die Information auf ihre Situation, indem sie Fragen stellen, Ideen generieren und eine Brücke bauen, die das Gap zwischen einer allgemeinen Information und einer persönlich hilfreichen überwindet. Die Rezipienten suchen nach Informationen, motiviert durch ihre Situation, entweder weil sie eine Entscheidung treffen müssen oder weil sie Ängste, soziale Probleme oder Hindernisse auf ihrem Weg überwinden möchten (Dervin, 1992).

Informationsverarbeitung ist also eine grundlegende kognitive Funktion, die in allen Lebenslagen eine wichtige Rolle spielt. In einer Zeit, in der nicht nur Informationen im unmittelbaren Umfeld wichtig sind, sondern auch solche, die nur mittelbar wahrgenommen werden können und große Distanzen überbrücken müssen, ist Informationssuche ein wichtiges Motiv, um Medien zu nutzen. Gerade Medien sind prädestiniert dafür, Informationen zu allen denkbaren Themen und Orten bereitzustellen. Die Suche nach Information bzw. Orientierung ist damit ein genuines, kognitives Motiv für die Medienrezeption, soz. die mediale Variante für ein überlebenswichtiges kognitives Grundbedürfnis. Die Suche nach Information kann folglich Informationsbedürfnissen über die Rezeptionssituation hinaus entspringen oder auch einem „kognitiven Stimulushunger“ um seiner selbst willen (Schweiger 2007, S.94).

Auch Atkin (1973, 1985) unterscheidet in seinen Ausführungen zu Informationssuche und Nützlichkeit von Informationen verschiedene Motive für die mediale Informationsrezeption. Einerseits Gratifikationen, die unmittelbar während der Rezeption befriedigt werden und keine weiteren Zwecke darüber hinaus verfolgen, analog der sich selbst genügenden kognitiven

Stimulation. Andererseits beleuchtet er darüber hinaus verschiedene Arten von Nutzen durch die Informationsrezeption, um Ziele zu erreichen, die im Anschluss an die Rezeptionssituation verfolgt werden sollen (Atkin 1985). Dabei handelt es sich entweder um die Bestätigung bestehender Orientierungen oder um die Bildung neuer Orientierungen. Daher ist davon auszugehen, dass das Motiv Informationssuche nicht nur bei der Rezeption von Informationsprogrammen eine Rolle spielt, sondern auch bei anderen Fernsehformaten. Auch Unterhaltungsprogramme wie Fernsehserien können bei Orientierung und Meinungsbildung eine Rolle spielen, und sei es nur, um dem aktuellen Gespräch über Fernsehen folgen zu können.

### **3.3.2.2 Spannung und Moodmanagement**

Als eines der zentralen Unterhaltungsmotive gilt der Umgang mit Stimmungen bzw. Spannung. In Studien, in denen der Umgang der Rezipienten mit ihren jeweiligen Stimmungen gemessen wurde, zeigt sich eindeutig, dass Rezipienten häufig versuchen, mittels geeigneten Medienkonsums ihre jeweilige Stimmungslage zu beeinflussen. Dabei geht man von „hedonistischen Rezipienten“ aus (Bonfadelli 2004, S. 219; Schweiger 2007, S. 114), die immer bestrebt sind, in eine angenehme Stimmung zu kommen oder diese zu bewahren. Spannung ist dabei ein wichtiger Faktor, denn mithilfe von spannungserzeugenden Medieninhalten wird das Erregungsniveau beeinflusst. Spannung wird dabei – wie so oft im U&G-Paradigma – sowohl als Motiv zur Medienselektion als auch als Nutzen durch den Medienkonsum angeführt (Vorderer 1997, S. 241). Doch was ist unter Spannung im Zusammenhang mit der Rezeption von Medieninhalten zu verstehen?

„So wird Spannung in aller Regel als ein psychisches *Erlebnis* charakterisiert, das mit der Rezeption von solchen Narrationen einhergeht, deren Verlauf offen bzw. unsicher ist. Die Offenheit des narrativen Geschehens ist die entscheidende textseitige Voraussetzung, um diejenigen psychischen Prozesse zu ermöglichen, die als konstitutiv für das Erlebnis von Spannung angesetzt werden. Daß manche Autoren im Hinblick auf dieses Erleben eher von einem kognitiven, andere hingegen mehr von einem emotionalen Prozess sprechen, erweist sich als unerheblich, wenn man berücksichtigt, wie übereinstimmend diese Prozesse im Einzelnen rekonstruiert werden und wie sehr die aus ihnen abgeleiteten Wirkungen kongruent erscheinen“ (Vorderer 1997, S. 242).

Es handelt sich also um eine Unsicherheit der Rezipienten im Hinblick auf den weiteren Verlauf der Handlung eines Medieninhalts, die ganz offensichtlich mit einer Emotion verbunden sein muss, um Spannungserleben zu ermöglichen. Diese Emotion entsteht in der Theorie von Zillmann beispielsweise dadurch, dass die Rezipienten mit Protagonisten mitleiden, für die sie sich einen positiven Ausgang der Handlung wünschen. Ist dies unwahrscheinlich, so entsteht Spannung, weil die Rezipienten mit den Protagonisten mitfühlen und bei einem negativen Ergebnis für sie in Stress geraten. Je mehr Sympathie die Rezipienten für Protagonisten empfinden, desto stärker zeigt sich der Effekt (Zillmann 1991a, 1996a). In der Theo-



rie von Carroll entsteht der Effekt durch einen moralischen Spannungsbogen, sodass nicht einzelne Protagonisten, sondern vielmehr das Gute durch das Böse bedroht wird. Voraussetzung ist, dass das Publikum diese moralischen Maßstäbe teilt (Carroll 1984, 1996). Zentral ist beim Spannungserleben immer die Diskrepanz zwischen den von den Rezipienten präferierten Ereignissen einer Handlung und der Wahrscheinlichkeit des tatsächlichen Eintretens während des Handlungsverlaufs (Vorderer 1997, S. 244). Zusätzliche Faktoren wie mehrere mögliche alternative Handlungsverläufe, Zeitdruck im Rahmen der Handlung, die Intensität der Sympathie für die Protagonisten sowie das Ausmaß ihrer Bedrohung und gestalterische Merkmale des Medienangebots können die Spannung zusätzlich beeinflussen (Schwab 2008a, S. 236).<sup>25</sup>

Zentral in der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zum Thema Spannung sind die Arbeiten Zillmanns, der sich intensiv mit den Themen Moodmanagement, Spannung und Erregung im Zusammenhang mit der Medienrezeption auseinandergesetzt hat. In seiner „theory of suspense enjoyment“ (Zillmann 1980, 1996b) geht Zillmann davon aus, dass das glückliche Ende einer Handlung umso euphorischer ausfällt, je stärker vorher die Erregung war, die durch die spannende Handlung und das Mitgefühl für den Protagonisten erzeugt wurde.<sup>26</sup> Genau genommen handelt es sich bei der Übertragung der Erregung aus einer vorhergehenden Szene oder Episode auf eine nachfolgende um eine Fehlfunktion (Schwab 2008b, S. 224). Für Medienangebote kann dieser Effekt durchaus von Nutzen und beabsichtigt sein. Bei der oft schnellen Abfolge von Szenen in Filmen, baut sich immer mehr Erregung auf bzw. kann sich im Laufe einer Handlung nicht abbauen. Damit kulminiert die Erregung zum Ende hin und erklärt ein Mitfiebern und ein intensives Erlebnis am Ende. Diese Hypothese erklärt auch Phänomene wie die unmittelbare Suche nach ähnlichen Angeboten, wenn ein Film zu Ende gesehen oder ein Buch zu Ende gelesen sind und die Erregung noch vorhält. Möglicherweise lässt sich damit auch die erhöhte Neigung zu Gewalt oder risikoreichen Handlungen nach Genuss entsprechender Filme oder Computerspiele erklären (Bonfadelli 2004, S. 221).

---

<sup>25</sup> Darüber hinaus wurde auch versucht, Spannung kognitiv zu erklären, etwa mit der Wahrscheinlichkeit des Erfolgs von Problemlösungsprozessen oder mittels der Schematheorie (Schwab 2008a, S. 236). Diese Ansätze können evtl. die kognitive Komponente eines solchen Spannungserlebens erklären, nicht aber die emotionale bzw. physiologische. Daher werden sie an dieser Stelle nicht verfolgt, da sie nicht den Unterhaltungsmotiven zugerechnet werden. Als sinnliches Erlebnis verschiedener Reize wie etwa Lautstärke, Geschwindigkeit, Hell-Dunkel-Kontraste oder Farbeffekte vor dem Hintergrund eines Lebensstils versucht Schulze das Spannungserleben soziologisch zu erklären (Schulze 1992, S. 154). Er bezeichnet dieses Erlebnis als sog. Spannungsschema, das ebenfalls eine physiologische sowie eine mentale Komponente umfasst. Der mentale Anteil beschreibt hier nicht nur die kognitive Bewertung des physiologischen Geschehens, sondern vielmehr den kompletten kulturellen Hintergrund für das alltägliche Erleben von einzelnen Episoden dieser Kultur bzw. dieses Lebensstils.

<sup>26</sup> Diese Schlussfolgerung basiert nicht zuletzt auf Zillmanns Excitation-Transfer-Hypothese (Zillmann, 1971), wonach die physiologische Erregung, die im Laufe eines Films erzeugt wird, nur langsam abgebaut wird und damit auf die der Spannungsauflösung folgenden Szene übertragen wird. Damit wird das Erleben der relativ kurzen – oft glücklichen – Episode am Ende einer Handlung durch die vorher erzeugte Spannung verstärkt (Schwab 2008b, S. 223).

Schließlich gibt es neben spannenden oder traurigen auch noch viele andere Medienangebote, die ihre Fans haben. Damit schließt sich wieder der Kreis zum Moodmanagement, das davon ausgeht, dass die Rezipienten eher ein mittleres Erregungsniveau bzw. positive Stimmungen suchen. Je nach Stimmung, in der die Rezipienten die Mediennutzung beginnen, wählen sie ein entsprechendes Angebot. Spannende Angebote sind damit für Rezipienten attraktiv, die ihr Erregungsniveau gerne anheben würden. Wer seine Stimmung möglichst erhalten möchte, wählt ein Angebot, das dieser Stimmung entspricht, dieser Effekt wird als „semantische Affinität“ bezeichnet (Aelker 2008b, S. 30). Schließlich spielt beim Moodmanagement auch noch das sog. „Absorptionspotenzial“ eine Rolle, hiermit ist das Potenzial eines Angebots gemeint, die Rezipienten von ihren vorherrschenden kognitiven Prozessen abzulenken und seine Aufmerksamkeit von der damit verbundenen Stimmung zu lösen (Aelker 2008b, S. 30). Damit werden Medienangebote attraktiv, die nicht Erregung, sondern Entspannung versprechen.

### **3.3.2.3    *Entspannung und Eskapismus***

In den Studien zum Moodmanagement ließ sich beobachten, dass Rezipienten, die eher gestresst waren, häufiger zu ruhigeren oder lustigen Angeboten tendieren, während gelangweilte Rezipienten gerne zu aufregenderen Angeboten tendieren (Schweiger 2007, S. 115). Ebenso wie Rezipienten spannende Medienangebote benutzen, um das eigene Erregungsniveau zu heben, benutzen sie andere Angebote also dazu, um für Entspannung zu sorgen und damit das Erregungsniveau zu senken. Vor allem Comedyformate wurden dahingehend geprüft, ob sie für diesen Zweck genutzt werden. Dies bestätigte sich besonders bei Frauen, bei Männern ist der Befund nicht ganz so eindeutig (Aelker 2008b, S. 31). Natürlich ist Moodmanagement nicht der einzige Faktor, der die Auswahl von Medienangeboten beeinflusst, hier spielt auch eine Reihe von anderen Faktoren eine Rolle. Ein weiterer Ansatz, der die entspannende Komponente der Mediennutzung thematisiert, ist die Eskapismusthese. Nach Katz & Foulkes (1962) bezieht sie sich ausschließlich auf negative bzw. dysfunktionale Auswirkungen des Medienkonsums, insbesondere „dem Rückzug aus dem Alltag mit seinen Problemen, der Abschwächung von gesellschaftlicher Partizipation, der fehlenden Auseinandersetzung mit oder gar der Verdrängung von eigenen Problemen.“ (Bonfadelli 2004, S. 211) Allerdings ist diese einseitige Bewertung von eskapistischen Motiven umstritten, eskapistisches Verhalten kann auch positiv und natürlich sein. Ein Buch zu lesen oder einen Film zu sehen und dabei vorübergehend die eigenen Probleme nicht zu bedenken, scheint weder gefährlich noch außergewöhnlich. Vielmehr handelt es sich hier um normales Verhalten, das lediglich im Übermaß dysfunktionale Züge bekommt (Bonfadelli 2004, S. 211.; Schweiger 2007, S. 113). Die Eskapismusthese war zwar von Anfang an gesellschaftskritisch angelegt und verschiedentlich ließen sich in empirischen Studien Zusammenhänge zwischen Prob-

lemfaktoren und Medienkonsum nachweisen (z.B. Riley & Riley, 1951). Allerdings zeigte sich in anderen Studien, in denen Eskapismus eine Erklärung unter mehreren Motiven darstellte, dass das Phänomen nicht auffällig häufig auftritt und wohl nicht gezielt verdrängend als Mittel zur Realitätsflucht angewandt wird (z.B. Saxer, Bonfadelli & Hättenschwiler 1975). Schließlich ist zu bemerken, dass eskapistisches Verhalten quer durch die gesellschaftlichen Schichten zu beobachten ist (Groeben & Vorderer, 1988). So ist Eskapismus – vor dem Hintergrund des U&G-Ansatzes – als ein Motiv unter anderen für die Mediennutzung zu betrachten. Ob dieses Motiv psychopathologische Züge hat, dürfte von Persönlichkeitsfaktoren und vom Umfang der Mediennutzung abhängen. Grundsätzlich ist nicht davon auszugehen, zumal jede Mediennutzung auch eskapistische Bedürfnisse befriedigen kann (Mc Quail 1985; Schwab 2008c).

### **3.3.3 Verwendung für die vorliegende Studie**

Der U&G-Ansatz und die Fernseh motive dienen in dieser Untersuchung vor allem als theoretische Basis für die deskriptiven Ergebnisse zu Fernsehgewohnheiten und Fernseherlebnissen. Im ersten Teil der Untersuchung werden in den ersten beiden Fragenblöcken die Fernseh motive und Fernsehvorlieben der Jugendlichen erhoben und im deskriptiven Ergebnisteil dargestellt. Diese Ergebnisse werden anhand des U&G-Ansatzes diskutiert. In der geschlossenen Befragung werden diese Themen explizit und ausführlich abgefragt, in den Tiefeninterviews wird den Jugendlichen darüber hinaus die Möglichkeit gegeben, offen über ihre Motive und Vorlieben zu sprechen (siehe Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitt „Fernsehgewohnheiten und Fernseherlebnisse“).

Dabei wird sich zeigen, welche Motive und Bedürfnisse die Jugendlichen primär mit dem Fernsehen in Verbindung bringen und welchen Nutzen sie aus dem Fernsehen ziehen. Auch ihre Umgangsweise mit dem Medium Fernsehen und ihre Vorstellungen, was Fernsehen für sie bedeutet, werden in diesem Zusammenhang eine wichtige Rolle spielen. Ziel ist es, ein Bild davon zu bekommen, was das Fernsehen im Leben der Jugendlichen leistet und was sie davon erwarten. Auch ihre Erlebniswünsche und der von den Jugendlichen gewünschte Einfluss auf Stimmung und Entspannung werden hier abgefragt und mithilfe von U&G analysiert.

Für die Bedürfnisse nach persönlicher Identität und nach Integration und sozialer Interaktion werden an dieser Stelle keine weiteren theoretischen Ausführungen auf der Basis von U&G vorgenommen, da sie mit den im Folgenden beschriebenen sozialpsychologischen und tiefenpsychologischen Ansätzen ausführlicher erklärt werden. Sie sind für diese Studie der wichtigste Teil des Motivkatalogs nach U&G und bedürfen daher weitergehender theoretischer Fundierung, um angemessen operationalisiert werden zu können.

### 3.4 Sozialpsychologische Prozesse

Neben Unterhaltung und Information spielen bei der Mediennutzung auch Motive zur Identitätsbildung bzw. sozialen Verortung der Rezipienten eine wichtige Rolle. Einige dieser Motive sind für den Medienkonsum von Kindern und Jugendlichen besonders relevant, z.B. soziales Lernen, sozialer Vergleich und (para-)soziale Interaktion. Daher werden im Folgenden die wichtigsten sozialpsychologischen Theorien zu diesen Prozessen dargestellt.

#### 3.4.1 Sozial-kognitive Lerntheorie

Die sozial-kognitive Lerntheorie nach Albert Bandura erklärt soziales Lernen am Modell (Bandura 1979) und beschäftigt sich explizit mit medienvermitteltem sozialem Lernen (Bandura 2000). Die sozial-kognitive Lerntheorie versteht menschliches Lernen nicht als Verhaltensänderung auf bestimmte äußere oder innere Reize hin, sondern als multifaktorielles Geschehen, das der Mensch zum Teil bewusst kontrolliert (Bandura 2000). Menschen werden demnach sowohl durch ihre Umwelt geformt als auch umweltgestaltend aktiv und lernen durch direkte Erfahrung wie auch durch Beobachtung. Menschen lernen am sozialen Modell, indem sie Fähigkeiten verinnerlichen. Nicht jedes gelernte Verhalten muss auch ausgeführt werden, dies kann auch zeitverzögert oder gar nicht passieren. So lässt sich erklären, wie Menschen ungeahnte Potenziale über längere Zeit in sich tragen können, die sich in bestimmten Situationen entladen können, z.B. gewalttätige Handlungen, die einer Person niemand zugetraut hätte (Bandura 1971; Rummel 2008).

In der sozial-kognitiven Lerntheorie wird das psychosoziale Geschehen anhand der sog. triadischen reziproken Verursachung erklärt (Bandura 1986). D.h. es gibt drei wesentliche Faktoren, nämlich „(1) Verhalten, (2) kognitive und andere persönliche Faktoren sowie (3) Umweltereignisse“ (Bandura 2000, S. 153), die wechselseitig interagieren und sich beeinflussen:

„Reziprozität bedeutet nicht, dass die verschiedenen Einflussquellen von vergleichbarer Stärke sind. Einige können stärker als andere sein. Noch bedeutet es, dass alle reziproken Einflüsse simultan auftreten. Es braucht Zeit, damit ein Verursachungsfaktor Einfluss gewinnt und seinerseits reziproke Einflüsse aktiviert. Die reziproke Verursachung gibt den Menschen die Möglichkeit, über die Ereignisse in ihrem Leben einen gewissen Grad an Kontrolle auszuüben, und zugleich setzt sie der Selbstbestimmung Grenzen. *Aufgrund der Bidirektionalität der Einflüsse sind Menschen sowohl Produkte wie auch Produzenten ihrer Umwelt.*“ (Bandura 2000, S. 153)

Grundlage für das Verständnis menschlichen Denkens und Handelns sind in der sozial-kognitiven Lerntheorie kognitive Prozesse wie Symbolisierung, Selbstreflektion und Selbstregulation. Kognitive Prozesse bestimmen darüber, welche Ereignisse ein Mensch wahrnimmt und wie er sie bewertet. Durch Symbolisierung der Erfahrungen generieren Menschen ein allgemeines Verständnis ihrer Wahrnehmungen und Erfahrungen und integrieren sie in

ihr Wissens- und Verhaltensrepertoire. Welche Lerninhalte eine Person hinterher auch in Verhalten umsetzt, hängt davon ab, wie erfolgversprechend ein Verhalten ist, sei es aus eigener Erfahrung oder über das Beobachten bei anderen. Dagegen sprechen negative Konsequenzen wie zu erwartende Sanktionen von außen oder eigene Zensurmechanismen. Diese Faktoren können auch gegeneinander wirken, in jedem Einzelfall wird ein Betroffener innerliche und äußerliche Kriterien abwägen und je nach Ergebnis ein gelerntes Verhalten umsetzen oder unterlassen. Solche Prozesse können auch abstrakt ablaufen, beim „abstrakten Modelllernen“ (Bandura 2000, S. 161) werden die Regeln für das beobachtete Verhalten abstrahiert und für spätere Entscheidungen nützlich gemacht. Dabei werden die Maßstäbe für das Handeln als kognitive Skills gelernt und an vergleichbare zukünftige Situationen angepasst (Bandura 2000, S. 161). Besonders effizient für das Modelllernen scheint das Fernsehen, Reichweite und Eindrücklichkeit in der Darstellung begünstigen das Lerngeschehen. Daher wird das Fernsehen auch gezielt zur öffentlichen Meinungsbildung eingesetzt (Bandura 2000; Bonfadelli 2004, S. 129f.).

Gewaltdarstellungen im Fernsehen sind ein wichtiges Handlungsfeld, da Kinder und Jugendliche immer häufiger mit solchen Inhalten konfrontiert werden (Bandura 2000; Rummel 2008, S. 267). Gerade im Hinblick auf hemmende und enthemmende Faktoren für die Verhaltensproduktion beim Modelllernen ergeben sich Möglichkeiten zur Beeinflussung, da es kaum möglich ist, Rezipienten von Gewalt oder anderen heiklen Inhalten fernzuhalten, die dann nur durch eine adäquate Bewertung zu steuern sind. Moralische Rechtfertigung oder beschönigende Charakterisierungen können die Neigung, unangemessenes Verhalten in die Tat umzusetzen, erhöhen. Ebenso steigern die Nichtbeachtung oder Verzerrung von Handlungsfolgen oder die Zuschreibung von Schuld an einen Gegner die Wahrscheinlichkeit, dass ein solches Verhalten trotz moralischer Zweifel realisiert wird (Bandura 2000, S. 162 ff.).

Eine andere Einflussmöglichkeit auf die Verhaltensproduktion wäre nicht die Vermeidung bestimmter Verhaltensweisen, sondern die Förderung gewünschter Verhaltensweisen. So können Handlungen anderer Menschen einen Anreiz darstellen, ein zuvor erlerntes aber nicht ausgeführtes Verhalten an den Tag zu legen. In der sozial-kognitiven Lerntheorie wird das „soziale Prompting“ genannt (Bandura 2000, S. 166 ff.). Hier können soziale Modelle andere Menschen zu wünschenswertem Verhalten animieren und wirken damit nicht hemmend auf unerwünschtes, sondern enthemmend auf gewünschtes Sozialverhalten. Gerade das Lernen am Modell über die Massenmedien bietet dazu erhebliche Möglichkeiten, da hier vielfältige und zahlreiche Informationen an sehr viele Menschen gleichzeitig übermittelt werden können. Insbesondere über elektronische Medien wie Fernsehen oder Internet haben sich die Möglichkeiten zur sozialen Diffusion von symbolisch vermittelten Inhalten enorm ausgeweitet und beschleunigt. In einem mehrstufigen Prozess können Ideen, Werte und Verhaltensweisen über zuerst wenige innovationsaffine Aufnehmende und schließlich meh-

rere – zuerst möglicherweise zögerliche – Übernahmewillige weit verbreitet werden, letztendlich sind keine kulturellen oder geografischen Grenzen gesetzt (Bandura 2000, S. 170 ff.).

### **3.4.2 Sozialer Vergleich**

Ein weiteres identitätsbildendes Motiv, Medienangebote zu konsumieren, ist die Möglichkeit zum sozialen Vergleich. Insbesondere das Fernsehen ist für soziale Vergleiche gut geeignet, da im Fernsehen mittlerweile nicht nur Prominente, sondern tagtäglich auch ganz normale Bürger zu sehen sind, die sich ggf. für soziale Vergleiche mit den Zuschauern eignen. Die Theorie sozialer Vergleichsprozesse geht auf Leon Festinger zurück und wurde bereits 1954 vorgestellt (Festinger 1954). Festinger stellte seine Hypothesen zwar für die Kommunikation face to face auf (vgl. hierzu und zum Folgenden Festinger 1954; Frey & Irle 1993), allerdings lassen sich einige seiner Thesen gut auf die Interaktion mit Medienpersonen übertragen, in diesem Fall wird die Theorie gelegentlich auch als parasozialer Vergleich bezeichnet (Strange 1996; Mares & Cantor 1992; Krämer 2008). Festinger geht davon aus, dass der Mensch grundsätzlich eine Neigung hat, seine Meinungen und Fähigkeiten zu evaluieren. Wenn keine objektiven, nicht-sozialen Maßstäbe zur Verfügung stehen, bewerten Menschen ihre Meinungen und Fähigkeiten durch den Vergleich mit anderen. Wenn weder physischer noch sozialer Vergleich möglich ist, sind die subjektiven Bewertungen der Menschen instabil. Wenn objektiver, nicht-sozialer Vergleich möglich ist, treffen Menschen ihre Bewertung nicht über den Vergleich mit anderen. Neuere Forschungen haben allerdings gezeigt, dass soziale Vergleiche mitunter auch angestellt werden, wenn objektive Kriterien vorhanden sind (Brickman & Berman 1971; Klein 1997; Miller 1977; Giesler & Morris 1995).

Die Tendenz, sich mit einer bestimmten anderen Person zu vergleichen, nimmt ab, je größer die Differenz zwischen deren Meinung oder Fähigkeit und der eigenen ist (vgl. hierzu und im Folgenden: Festinger 1954). Stehen mehrere Personen zum Vergleich zur Verfügung, wird die Person für den sozialen Vergleich gewählt, deren Meinung oder Fähigkeit der eigenen am ähnlichsten ist. Subjektive Bewertungen von Meinungen oder Fähigkeiten sind stabil, wenn ein sozialer Vergleich möglich ist mit Personen, deren Meinungen oder Fähigkeiten den eigenen ähnlich sind. Wenn nur ein sozialer Vergleich mit Personen möglich ist, deren Meinungen und Fähigkeiten sehr unterschiedlich sind von den eigenen, entsteht die Tendenz, die Bewertung der in Frage stehenden Meinung oder Fähigkeit zu verändern. Eine Person findet Situationen weniger angenehm, bei der andere sich sehr von ihrer Meinung bzw. Fähigkeit unterscheiden. Eine Diskrepanz bezüglich Meinungen und Fähigkeiten in einer Gruppe führt zu Aktivitäten zur Verminderung der Diskrepanz bei zumindest einem Teil der Mitglieder der Gruppe. Wenn eine Diskrepanz in einer Gruppe bezüglich Fähigkeiten besteht, möchten die Personen, deren Fähigkeiten geringer sind, ihre Fähigkeiten gerne verbessern. Es gibt allerdings nicht-soziale Grenzen für die Möglichkeiten von Personen, ihre

Fähigkeiten zu verbessern, die es für Meinungen so nicht gibt. Wenn eine Diskrepanz bezüglich Meinungen oder Fähigkeiten in einer Gruppe vorliegt, zeigen Menschen eine Tendenz, ihre Meinungen oder Fähigkeiten denen der Gruppe anzupassen. Oder sie versuchen, die Meinungen der anderen Personen in der Gruppe zu beeinflussen, sich an die eigene Meinung anzupassen. Ebenso neigen Menschen bei einer Diskrepanz bezüglich Meinungen und Fähigkeiten innerhalb einer Gruppe dazu, den Vergleich mit Personen, die sehr unterschiedlich zur eigenen Position sind, abubrechen. Der Abbruch des Vergleichs mit anderen geht einher mit Feindseligkeiten oder Nachteilen bezüglich der abweichenden Personen, vor allem, wenn ein Fortsetzen des Vergleichs mit unangenehmen Konsequenzen verbunden wäre. Dies gilt bei Meinungen noch mehr als bei Fähigkeiten (Festinger 1954).

Alle Faktoren, die den Druck, eine bestimmte Meinung oder Fähigkeit zu bewerten, erhöhen, erhöhen auch den Druck innerhalb einer Gruppe, Einheitlichkeit diesbezüglich herzustellen. Ebenso steigert auch jeder Faktor, der die Wichtigkeit einer Gruppe als Vergleichsgruppe oder die Relevanz einer Meinung oder Fähigkeit für das Verhalten in der Gruppe erhöht, den Druck, Einheitlichkeit in der Gruppe herzustellen. Je attraktiver also eine Gruppe für ihre Mitglieder ist, desto größer ist auch der Druck, Meinungen und Fähigkeiten innerhalb der Gruppe zu vereinheitlichen. Je mehr verwandte Faktoren man an einer Person wahrnimmt, die sich sehr deutlich von der eigenen Meinung oder Fähigkeit unterscheiden, desto größer wird der Druck, die Diskrepanz zu verkleinern. Diejenigen, die näher am Niveau der Gruppe sind, haben stärkere Tendenzen, die Meinungen der anderen in der Gruppe zu verändern und weniger die Tendenz, ihre eigene Meinung anzupassen. Diejenigen, die weit vom Niveau der Gruppe abweichen, verhalten sich genau umgekehrt (Festinger 1954).

Als Motivation für Mediennutzung dienen vor allem die Bedürfnisse, die eigenen Fähigkeiten und Meinungen einzuschätzen und sich dazu mit anderen zu vergleichen. Man unterscheidet dabei zwischen aufwärts gerichtetem und abwärts gerichtetem Vergleich (Collins 1996). Besonders beliebt ist der abwärts gerichtete Vergleich, bei dem man sich mit schwächeren Personen vergleicht und dadurch Wohlbefinden erreicht, dass man sich besser fühlt als andere (Wills 1981). Aufwärts gerichtete Vergleiche sind dagegen eher nützlich, wenn man sich zu einer elitären Gruppe zugehörig fühlen möchte (Brewer & Weber 1994) oder seine Fähigkeiten verbessern möchte. Wird ein Diskrepanzerlebnis im Sinne Festingers ausgelöst, so ist der nach oben gerichtete Vergleich unangenehm (Collins 1996). Natürlich kann der soziale Vergleich nach oben über die Medien auch der sozialen Orientierung dienen und helfen, die eigenen Meinungen und Werte zu überprüfen (Schweiger 2007, S.131).

Einige Medienformate bieten die Möglichkeit, sich sozial nach unten zu vergleichen und damit relativ einfach positive Gefühle zu erzeugen, indem das eigene Selbstwertgefühl stabilisiert wird. Wie sonst ließen sich die oft schaurig-schönen Schicksale aus manchen Talkshows oder Dokusoaps als Publikumsmagneten erklären. Entweder ist man selbst besser

oder erfolgreicher als andere oder man ist zumindest in guter Gesellschaft und kann sich noch Tipps abholen, wie mit bestimmten Handikaps umzugehen ist (Krämer 2008, S. 260; Schweiger 2007, S. 131 f.). Problematisch kann der soziale Vergleich werden, wenn falsche oder verzerrte Informationen vermittelt werden und den Vergleichenden zu einer kontraproduktiven Bewertung seiner eigenen Meinungen oder Fähigkeiten animieren. Hinweise auf solche Effekte geben Studien zur Darstellung von Frauen mit Modelfigur oder einer Häufung von schönen und reichen Personen in den Medien, die ihrer Verteilung in der Bevölkerung nicht entspricht. Dies kann zu Fehleinschätzungen in Bezug auf die eigenen Möglichkeiten führen (Krämer 2008, S. 261 f.)

### **3.4.3 Parasoziale Interaktion (PSI) und Beziehungen (PSB)**

Über das soziale Lernen am Modell oder einen sozialen Vergleich hinaus geht die Intensität der Auseinandersetzung mit Medieninhalten, wenn die Rezipienten mit dem Medienangebot interagieren. Das ist nur begrenzt möglich, da es keinen direkten Rückkanal in die Medien gibt, zumindest wenn es sich um „klassische“ Massenmedien handelt wie etwa Zeitung, Radio oder Fernsehen. Neuere Medien wie Chat oder Internetforen mögen hier andere Möglichkeiten bieten, ebenso mittelbare Rückkanäle wie Leserbrief, Radioshow-Call-in oder der Besuch im Fernsehstudio. Aber von all diesen Varianten ist bei der parasozialen Interaktion bzw. Beziehung nicht die Rede. Das Konzept geht auf Donald Horton und Richard Wohl und ihren Aufsatz „Mass Communication and Para-Social Interaction, Observations on Intimacy at a Distance“ von 1956 zurück. Dort geht es um Fernsehen: „In television, especially, the image which is presented makes available nuances of appearance and gesture to which ordinary social perception is attentive and to which interaction is cued.“ (Horton & Wohl 1956, S. 215)

Die zentrale Beobachtung, von der ausgehend das Konzept entwickelt wurde, war, dass sich Personen vor dem Fernsehgerät den Protagonisten auf dem Bildschirm gegenüber oft genauso verhielten wie gegenüber realen Personen face to face. Die Zuschauer reagierten mit zu erwartendem Verhalten auf das Verhalten von Fernsehpersonen, beispielsweise einer Antwort auf eine Begrüßung. Das umso mehr, als sie gezielt aus dem Fernsehen angesprochen wurden. „The more the performer seems to adjust his performance to the supposed response of the audience, the more the audience tends to make the response anticipated. This simulacrum of conversational give and take may be called *para-social interaction*.“ (Horton & Wohl 1956, S. 215)

Horton & Wohl benutzen in ihrem besagten Aufsatz die beiden Begriffe parasoziale Interaktion und parasoziale Beziehung abwechselnd, ohne die beiden Termini explizit voneinander zu differenzieren. Das passierte erst ein Jahr später in einem Aufsatz von Horton & Strauss (1957), in dem dargelegt wird, wie wiederholte parasoziale Interaktionen zu einer



parasozialen Beziehung führen können, die sich in ihrer Art auf den ersten Anschein kaum von einer sozialen Beziehung im normalen Leben unterscheidet. Wichtigster Unterschied zwischen parasozialer Interaktion und Beziehung ist, dass die parasoziale Interaktion ein singuläres Geschehen beschreibt, das nach der Rezeption zu Ende ist, während die parasoziale Beziehung ein fortgesetztes Geschehen beschreibt, das einzelne Rezeptionsepisoden überdauert und sich mit der nächsten Folge eines Formats fortsetzt. Den Protagonisten einer parasozialen Beziehung, der Persona, bleibt nach Horton und Wohl (1956) weitgehend der gesamte Gestaltungsspielraum in der Interaktion mit dem Publikum. Mit der Persona wird durch die wiederholte Darstellung im Fernsehen eine Art Intimität erzeugt, die anmutet, als würde das Publikum die Persona kennen. Das ist zwar eine Illusion, weil die Rolle der Persona partiell und erfunden ist und die Zuschauer stark über ihre Vorstellung einbezogen werden, aber der mediale Kontakt ist objektiv wahrnehmbar.

„The persona offers, above all, a continuing relationship. His appearance is a regular and dependable event, to be counted on, planned for, and integrated into the routines of daily life. His devotees ‘live with him’ and share the small episodes of his public life – and to some extent even of his private life away from the show. Indeed, their continued association with him acquires a history and the accumulation of shared past experiences gives additional meaning to the present performance.” (Horton & Wohl 1956, S. 216)

Dem Publikum bleibt dagegen nur die Rolle des mitfühlenden Beobachters, der den Protagonisten folgt und wenig skeptisch gegenübersteht. Die Zuschauer profitieren von der Weisheit der Protagonisten, befolgen ihren Rat, sympathisieren mit ihnen, verzeihen ihnen ihre Fehler und kaufen die Produkte, die sie empfehlen. Eine andere als eine wohlgesonnene Haltung können sich Horton und Wohl für die Rezipienten in der parasozialen Beziehung nicht vorstellen. Wenn Rezipienten ihre Protagonisten nicht positiv beurteilen, gehören sie nicht zu deren Fans und werden ihre Darstellung in den Medien nicht verfolgen. Die Bereitschaft des Publikums, eine solche Rolle einzunehmen, hängt von mehreren Faktoren ab, etwa vom Verständnis des Publikums für Situation und Handlung und die Werte und Rollenvorstellungen des Angebots (Horton & Wohl 1956, S. 220).

Das Konzept der parasozialen Interaktion und Beziehung hat in der Kommunikationswissenschaft eine Reihe von Forschungsaktivitäten ausgelöst, die über die Jahrzehnte zu unterschiedlichen Ergebnissen geführt haben. Im Rahmen des U&G-Ansatzes wird das Konzept der parasozialen Interaktion häufig zur Beschreibung eines sozialen Motivs für Medienrezeption verwendet. Aus wiederholten parasozialen Interaktionen können dann parasoziale Beziehungen entstehen, die als eine mögliche Gratifikation des Fernseherlebens betrachtet werden. Darüber hinaus wurde das Konzept der parasozialen Interaktion und Beziehung

theoretisch beforscht und weiterentwickelt<sup>27</sup> und mittlerweile wurden auch zahlreiche empirische Instrumente entwickelt und Untersuchungen dazu durchgeführt (Perse, Rubin & Powell 1985; Gleich, 1997; Hartmann et al. 2004; Hartmann & Schramm 2006; Schramm & Hartmann 2008). Dabei hat sich gezeigt, dass eine Reihe von Rezipientenmerkmalen und Rezeptionsmodalitäten einen Einfluss auf die PSI und PSB haben, beispielsweise Alter, Geschlecht, Fernsehhäufigkeit, die Vorliebe für bestimmte Genres oder die Einsamkeit oder Geselligkeit eines Menschen (vgl. Schweiger 2007; Schramm 2008). Jugendliche oder ältere Menschen, Vielseher, einsame Menschen und scheue Personen mit wenig Sozialkontakten haben im Vergleich mehr PSB als andere. Darüber hinaus spielen sicher auch individuelle Vorlieben und Persönlichkeitsmerkmale eine Rolle bei der Auswahl der Lieblingspersonen und der Art und Häufigkeit der PSB (vgl. Schramm 2008).

### **3.4.4 Verwendung für die vorliegende Studie**

Die sozialpsychologischen Prozesse sind vor allem wichtig für die Interpretationen in den Abschnitten zu den sozialen Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden. Hier wird intensiv zu den sozialen Aspekten bezüglich der Fernseh Wahrnehmung der Jugendlichen gefragt und der alltagsweltliche Kontext für die Fernseh Wahrnehmung aufgearbeitet. In diesem Zusammenhang sind die sozialpsychologischen Modelle wichtige Interpretationshilfen für die Fragen, die in dieser Untersuchung zu diesen Themen gestellt werden (siehe Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitt „Soziale Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden“).

Die Theorie zum sozialen Vergleich wird darüber hinaus verwendet, um die Ergebnisse zu den zentralen Fragen zu den psychologischen Persönlichkeitsmustern der Jugendlichen und Helden im Vergleich zu analysieren (siehe Kapitel „Untersuchungsergebnisse“).

Blickt man zurück auf das Modell der TV-Formatforschung, so dienen die sozialpsychologischen Prozesse vor allem der Erläuterung der kognitiven und sozialen Aspekte der Dimension Persönlichkeit. Um die diesbezüglichen Mechanismen und Verhaltensweisen der Jugendlichen detaillierter analysieren zu können, werden diese Modelle in die Untersuchung einbezogen. Sie bilden auch die Grundlage für die Erläuterungen der sozialen Mechanismen, die den Jugendlichen helfen, ihre Meinungen und Werte im sozialen Kontext zu bilden und

---

<sup>27</sup> Zum Beispiel hat Gleich die parasoziale Beziehung und ihre Rückwirkung auf weitere parasoziale Interaktionen untersucht und festgestellt, dass eine bestehende parasoziale Beziehung die weitere Rezeption wesentlich beeinflusst (vgl. Gleich 1996; Six & Gleich 2000). Eine parasoziale Beziehung sorgt beispielsweise dafür, dass Rezipienten eine Person wohlwollender betrachten, ihr Fehlverhalten tendenziell entschuldigen oder zumindest die Hintergründe verstehen möchten und dass sie ihrer TV-Lieblingssperson weniger kritisch gegenüberstehen als einer unbekannten Person. Zudem empfinden Rezipienten mit ihrer TV-Lieblingssperson tendenziell eher Mitleid als mit einer unbekannten Person und zeigen ein Bedürfnis, mehr über sie zu erfahren (Six & Gleich 2000, Gleich 2000). Auch wurde das Konzept inhaltlich stärker ausdifferenziert, beispielsweise unterscheidet man zwischen starken und schwachen parasozialen Beziehungen sowie zwischen positiven und negativen (Hartmann et al. 2004). Auch die Auswirkungen einer parasozialen Beziehung auf verschiedene Ebenen bei den Rezipienten (kognitive, affektive und verhaltensbezogene) wurden untersucht und in ihren Ausprägungen differenzierter betrachtet (Hartmann et al. 2004).

zu erhalten und in Gruppen Zugehörigkeit und Anpassung oder Abgrenzung zu regeln. Das ist auch im Hinblick auf Inhalte, die über das Fernsehen vermittelt werden, ein wichtiger Faktor, der nicht zuletzt die Medienkompetenz der Jugendlichen betrifft und eine Rolle spielt bei der Resilienz gegenüber unsozialen oder schädlichen Einflüssen des Fernsehens.

### **3.5 Tiefenpsychologische Mechanismen**

Die Rezipienten suchen Anknüpfungspunkte im Programmangebot, abhängig von persönlichen Präferenzen und Interessen sowie individuellen und sozialen Prägungen. Diese beeinflussen ihren persönlichen Umgang mit einem Medienangebot und werden individuell verarbeitet, in das eigene Weltbild eingepasst und im besten Falle für die eigene Person nützlich gemacht. Können sie für die eigene Persönlichkeitsentwicklung verwendet werden, tragen sie zur Identitätsbildung der Rezipienten bei. Auch wenn Identitätsbildung heute als lebenslanger Prozess verstanden wird (Wegener 2008; Keupp et al. 1999), ist sie dennoch ein besonders wichtiges Thema für Jugendliche und damit automatisch auch für deren Mediennutzung:

„Die Mediennutzung Jugendlicher steht im Zeichen der Identitätsbildung und Medien besitzen daher nicht nur informative oder unterhaltenden Funktion, sondern liefern darüber hinaus Orientierungsbilder für die adoleszente Entwicklung und sind damit identitätsprägend bzw. identitätsorientierend. Sozialisationsprozesse sind, wie bereits erwähnt, in hochtechnisierten Gesellschaften eng mit den Medien verbunden und Identitätsarbeit findet in postmodernen Gesellschaften zunehmend anhand medialer Bilder und Medienerfahrungen statt.“ (Misoch 2009, S. 164)

Je nach Prädisposition und – speziell bei Jugendlichen – Entwicklungsphase reagieren Rezipienten individuell auf das Angebot und legen bestimmte psychologische Reaktionsweisen an den Tag. Wenn man dazu die wichtigsten psychoanalytischen Modelle betrachtet, handelt es sich primär um Identifikation, Introjektion, Projektion und Übertragung. Medien bieten dafür exemplarisches Material an, das die Rezipienten individuell für ihre Bedürfnisse nutzen können.

#### **3.5.1 Identifikation und Introjektion**

Im Zusammenhang mit Medienrezeption wird der Begriff der Identifikation oder Identifizierung am häufigsten gebraucht, allerdings ist die Abgrenzung speziell zu Introjektion und Projektion oft wenig transparent. Die Begriffe werden im Folgenden kurz erläutert, Identifikation und Projektion sind im Zusammenhang mit Medien von vorrangiger Bedeutung.

##### **3.5.1.1 Identifikation oder Identifizierung**

„Die Identifizierung ist ein psychischer Vorgang, mit dem ein Individuum einen Aspekt, eine Eigenschaft, ein Attribut eines anderen – auf der Wahrnehmung von Ähnlichkeiten zwischen die-

sem und dem Selbst basierend – für die eigene Person annimmt und eine teilweise oder vollständige Verwandlung des Selbst nach dem Vorbild des anderen vollzieht.“ (Auchter & Strauss 1999, S. 83)

Im Hinblick auf Medienrezeption heißt das, Identifikation bezieht sich in erster Linie auf Personen und Situationen, die den Rezipienten die Möglichkeit bieten, sich in ihrer Vorstellung – in der Regel partiell – in ihren Handlungen und Empfindungen wiederzufinden (Charlton & Borcsa 1997). Identifikation geht über reine Einfühlung hinaus und meint auch nicht einfach Imitation, der Begriff ist deutlich weiter gefasst und meint in der Regel ein tiefergehendes Geschehen als Einfühlung oder Imitation (Laplanche & Pontalis 1973, S. 219-223).

Handlungstheoretisch „kann die Identifikation als Anpassung eigener Handlungsschemata an Vorbilder verstanden werden, die von der sozialen Mitwelt bereitgestellt werden.“ (Charlton & Borcsa 1997, S. 257) Bewegt man sich dagegen in der Begriffswelt Piagets, kann man die Identifizierung mit dem Vorgang der Akkommodation (beim Lernen des Umgangs mit der Sachwelt) vergleichen, weil die Rezipienten bestehende Handlungsschemata durch die Identifizierung verändern (Charlton & Borcsa 1997, S. 257; Zimbardo 1992, S. 66). Bei der Akkommodation wird ein Schema erweitert bzw. weiter differenziert. Die bereits vorhandenen kognitiven Strukturen werden so angepasst, dass sie besser als bisher auf die Realität passen und damit künftig eine bessere oder andere Problemlösung erlauben. Bei der Identifizierung passiert das analog im Hinblick auf den Umgang mit der sozialen Umwelt, indem „die wahrgenommene Handlungsstruktur in die eigene Handlungsgestaltung integriert wird.“ (Charlton & Neumann 1990, S. 155) Vielleicht finden Jugendliche gerade deswegen Gefallen an den Medien, weil sie sich dort an anderen orientieren und Handlungsmuster beobachten können. Für viele unterschiedliche Situationen werden hier Möglichkeiten aufgezeigt, die ohne Gefahr und Konsequenzen gelernt werden können (Schweiger 2007, S. 131). „Sie dienen als Fundus für die Ausgestaltung der eigenen Person, wobei Vorlagen nicht bloß schlicht übernommen, sondern ebenso modifiziert und neu gestaltet werden können.“ (Wegener 2008, S. 59) Bei der Identifikation profitieren die Rezipienten durch eine bewusste Modifikation der eigenen Person nach dem Vorbild anderer (Bonfadelli 2004, S. 210; Wegener 2008, S. 59), während bei der Introjektion eine bewusste Modifikation durch mangelnde Abgrenzung verhindert wird.

### **3.5.1.2 Introjektion**

„Introjektion ist ein unbewußter psychischer Vorgang, dessen physiologisches Vorbild das Einatmen und die Nahrungsaufnahme (orale Impulse) sind. Durch die Verinnerlichung entstehen psychische Repräsentanzen eines Objekts, ohne daß das Subjekt dabei in seinem Inneren zunächst zwischen Selbst und introjiziertem Objekt unterscheiden kann.“ (Auchter & Strauss 1999, S. 89)

Im Zuge der Introjektion übertragen die Rezipienten Qualitäten anderer auf sich selbst, sie verinnerlichen sie. In der Introjektion fühlen die Rezipienten nicht nur mit der gewählten Person, sondern erleben sich selbst – zumindest zeitweise – wie diese. Die Introjektion ist zumindest teilweise ein unbewusster Prozess und damit nicht konstruktiv als Beitrag zur Identitätsarbeit verwertbar wie die Identifizierung. Sie ist eher ein Mechanismus, der greift, wenn Rezipienten mit der Identifikation überfordert sind, z.B. sehr kleine Kinder. Im Gegensatz zur Projektion sehen die Rezipienten bei der Introjektion nicht eigene Eigenschaften in anderen, sondern Eigenschaften anderer in sich.

### **3.5.2 Projektion und Übertragung**

Der zweite wichtige Mechanismus im Zusammenhang mit der Medienrezeption unter den psychoanalytischen Mechanismen ist die Projektion. Auch er wird häufig gebraucht, um psychische Vorgänge bei der Medienrezeption zu beschreiben und ist – neben der Differenzierung zur Identifizierung bzw. Identifikation – vor allem vom Mechanismus der Übertragung zu unterscheiden.

#### **3.5.2.1 Projektion**

„Bei der Projektion schreibt das Subjekt dem Objekt unbewußt eigene Affekte und Impulse, Qualitäten und Wünsche und andere Anteile des eigenen Selbst zu. Dabei ist der Projizierende fest davon überzeugt, daß der Interaktionspartner genau so ist, wie er ihn projektiv wahrnimmt. Die Projektion kann zum Beispiel dem Vermeiden von Angst oder dem Aufrechterhalten des Selbstbildes oder Selbstgefühls dienen: Nicht das Subjekt hat ausbeuterische oder manipulative Absichten, sondern das Objekt, das andere Geschlecht, die Gesellschaft und so weiter.“ (Auchter & Strauss 1999, S. 125)

Im Rahmen des psychologischen Mechanismus der Projektion nehmen die Rezipienten in oder an einer Person bzw. Situation in den Medien etwas wahr, was sich in ihrem Inneren abspielt oder ihren Wünschen entspricht. Dabei können die Rezipienten Befriedigungen oder Frustrationen erleben, die aus ihren eigenen Bedürfnissen heraus an anderen realisiert werden. Betrachtet man die Projektion nach Piaget, so hat die Projektion eher „eine assimilatorische Funktion, da hier vorhandene Interaktionsschemata einer neuen Situation übergestülpt werden.“ (Charlton & Borcsa 1997, S. 257) Die von den Rezipienten entwickelten interaktiven Handlungsstrukturen werden hier auf die soziale Welt angewendet, „analog zu einer Assimilation einer neuen Situation an ein bereits bestehendes manipulatives Schema“ (Charlton & Neumann 1990, S. 155). Bei der Assimilation werden bestehende kognitive Strukturen genutzt, um mit einer Situation umzugehen, die einer schon bekannten ähnelt. Dabei wird die aktuelle Situation so umgedeutet, dass die vorhandenen Strukturen und Schemata genutzt werden können, um mit der Situation umzugehen (Zimbardo 1992, S. 66). Bei der Projektion werden eigene Gefühle und Befindlichkeiten verleugnet und einer anderen

Person zugeschrieben. Die Medienpersonen werden soz. durch einen subjektiven „Filter“ interpretiert und sind damit als Konstruktion der Wahrnehmung des Gegenübers zu verstehen (vgl. Wegener 2008, S. 61). Medienpersonen werden damit zu einer „Projektionsfläche für Wünsche und Träume und schließlich als Legitimationsinstanz eigenen Handelns“ begriffen (Wegener 2008, S. 62). Fasst man den Begriff der Projektion etwas weiter und unabhängig von personalem Handeln, so können die Rezipienten auch scheinbar handlungsarme Räume oder Strecken im Medienangebot mit ihren Wünschen und Bedürfnissen füllen und damit ebenfalls Projektionen generieren => so entstehen die für die Medienrezeption wichtigen Projektions(-Frei)-Räume.

Das mutet auf den ersten Blick an, als ob die Identifikation positiv bzw. konstruktiv für die Identitätsbildung eingesetzt werden könnte, die Projektion dagegen eine reine Bewältigungsstrategie bzw. Abwehrfunktion darstellt. Fasst man die Projektion aber ebenfalls als konstruktiven Prozess auf, indem die Rezipienten eine Interpretation generieren, anhand der sie ihre Deutungsmuster weiterentwickeln und immer wieder neu betrachten, dann kann auch dieser Prozess identitätsbildend wirken (vgl. Wegener 2008).

### **3.5.2.2 Übertragung ...**

„Bezeichnet in der Psychoanalyse den Vorgang, wodurch die unbewußten Wünsche an bestimmten Objekten im Rahmen eines bestimmten Beziehungstypus, der sich mit diesen Objekten ergeben hat, aktualisiert werden. Dies ist in höchstem Maße im Rahmen der analytischen Beziehung der Fall.“

Es handelt sich dabei um die Wiederholung infantiler Vorbilder, die mit einem besonderen Gefühl von Aktualität erlebt werden.“ (Laplanche & Pontalis 1972, S. 550)

Im weiteren Sinne steht der Begriff in der nicht-psychoanalytischen Psychologie für die „Übertragung von Sinneseindrücken“, für die „Übertragung von Gefühlen“ und für die „Übertragung von Lernerfahrungen und Gewohnheiten“ (Laplanche & Pontalis 1972, S. 550). Übertragung kann auch außerhalb des psychoanalytischen Kontexts auftreten, vorausgesetzt, es kommt eine Objektbeziehung zustande (Auchter & Strauss 1999, S. 160). Im engeren Sinne – wie sie in der psychoanalytischen Situation verstanden wird – wird die Übertragung im Kontext des Medienhandelns eher nicht stattfinden. Im weiteren Sinne ist es durchaus möglich, dass Rezipienten mit Übertragung auf Medienkonsum reagieren. Im Zuge der Übertragung reagieren die Rezipienten auf Personen in den Medien oder im weitesten Sinne auf Medienhandlungen in einer Form, in der sie bereits früher auf ähnliche Personen oder Einflüsse reagiert haben. Übertragung ist ein komplexeres Geschehen als das der Projektion, bei der Übertragung werden ganze Beziehungs- bzw. Interaktionsmuster erneut aufgegriffen und wiederholt. Dabei können im Idealfall auch Erwartungen und Erlebnisse in der bewussten fiktiven Wiederholung verändert bzw. korrigiert werden. Das kann allerdings nur passieren, wenn der Vorgang bewusst wird und damit modifiziert werden kann. Ohne weitere

soziale Interaktion im Zusammenhang mit dem Medienhandeln ist das unwahrscheinlich, weil die Rezipienten nicht merken werden, dass sie übertragen. Im Zuge von Folgekommunikation auf Medienrezeption ist ein solches Bewusstwerden möglich, allerdings dürfte das nicht die Regel, sondern die seltene Ausnahme sein.

### **3.5.3 Verwendung für die vorliegende Studie**

Die tiefenpsychologischen Ansätze werden schwerpunktmäßig für die Untersuchung der sozialen Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden verwendet. Insbesondere in den Abschnitten zur Identifikation mit den Heldentypen und zur Projektion in die psychologischen Muster ihrer Fernsehhelden wird ganz explizit mit diesen Konzepten gearbeitet (siehe Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitt „Soziale Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden“). Aber auch in den Interpretationen zu den Wünschen der Jugendlichen bezüglich Ähnlichkeiten mit ihren Fernsehhelden und den Situationen, die Jugendliche ebenso haben wie ihre Helden, spielen diese Konzepte eine wichtige Rolle (siehe Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitt „Persönlichkeitsmerkmale von Jugendlichen und Helden“).

Mit diesen Modellen können wichtige Umgangsweisen der Jugendlichen mit ihren Medienhelden betrachtet werden, die relativ leicht aus den Berichten in den Tiefeninterviews erschlossen werden können. Gerade die Identifikation kann auch von den Jugendlichen selbst leicht als solche erkannt und berichtet werden. Damit ist der Einstieg in die Analyse der tiefenpsychologischen Mechanismen bei der Medienwahrnehmung im Rahmen dieser Studie geleistet. Für den tieferen Einblick stehen schließlich die transaktionsanalytischen Modelle zur Verfügung.

Nach dem Modell der TV-Formatforschung werden die tiefenpsychologischen Interpretationsansätze für die Erläuterung der Dimension Persönlichkeit auf der sozialen und emotionalen Ebene angewendet. Sie decken bereits einen wichtigen Teil der bewussten und semi-bewussten Mechanismen zu diesen Ebenen ab, ein großer Teil der vor- und unbewussten Prozesse ist bis dato aber noch nicht hinreichend differenziert. Hier werden die transaktionsanalytischen Ansätze führend für die Interpretation sein.

## **3.6 Transaktionsanalytische Theorie**

Die Transaktionsanalyse (TA) ist ein psychologischer Ansatz, der in einfachen Begriffen komplexe Sachverhalte erfassbar und erklärbar macht. Sie wurde von Eric Berne in den 50er- und 60er-Jahren in den USA begründet (Berne 1970; Berne 2001a und b; Berne 2005) und basiert auf den Werten der Humanistischen Psychologie. Die Transaktionsanalyse bietet ein Persönlichkeitsmodell, eine Kommunikationstheorie sowie eine Methode der Psychotherapie. Letztere ist für diese Arbeit nicht von Bedeutung, wohl aber die dahinterliegende theo-

retische Grundlage für die Betrachtung von psychischen und wahrnehmungstheoretischen Fragen. Denn ein Modell, das geeignet ist, psychologische Prozesse zur Entstehung von Überzeugungen und daraus resultierendem Verhalten so zu erklären, dass darauf gezielt Einfluss genommen werden kann, sollte auch dazu geeignet sein, Einflussfaktoren wie beispielsweise die Medienrezeption auf ihre Einflüsse hin zu überprüfen. In der Transaktionsanalyse gibt es eine Reihe von Modellen, die lose miteinander im Zusammenhang stehen, aber in der Regel auch unabhängig voneinander gebraucht werden können. Hier werden nur diejenigen angeführt, die in dieser Arbeit angewandt werden. Sie hängen inhaltlich durchgehend zusammen, da sie alle unter dem Konzept des Bezugsrahmens integriert werden können. Sie bilden jeweils bestimmte Aspekte des Bezugsrahmens bzw. im engeren Sinne des Lebensskriptes ab und stehen unter dem Dach dieser übergreifenden Modelle gleichberechtigt nebeneinander. Jedes dieser Modelle beschreibt einen Aspekt der Persönlichkeit näher aus einem bestimmten Blickwinkel und leistet damit seinen Beitrag, verschiedene Facetten der Persönlichkeit zu beleuchten und zu einem Gesamtbild zu integrieren.

Die transaktionsanalytische Theorie wurde bisher nicht im Zusammenhang mit Untersuchungen zu den Massenmedien eingesetzt, eignet sich aber – zumindest in Teilen – sehr gut dafür. Daher ist es ein Anliegen dieser Studie, die Potenziale der Transaktionsanalyse in dieser Hinsicht aufzuzeigen. Denn die transaktionsanalytischen Modelle ermöglichen eine eindrückliche Beschreibung der psychologischen Mechanismen, die im Zusammenhang mit der Identitätsbildung eine Rolle spielen. Damit sind sie auch bestens geeignet, in einer kommunikationswissenschaftlichen Untersuchung als Grundlage für die Analyse der entsprechenden Vorgänge im Hinblick auf die Medienrezeption zu dienen.

### **3.6.1 Bezugsrahmen**

Das Konzept des Bezugsrahmens aus der Transaktionsanalyse soll als übergreifende Klammer über alle Modelle der TA dienen und wird daher zuerst erläutert. Das Konzept wurde von der sog. „Schiff-Schule“, benannt nach der Transaktionsanalytikerin Jacqui Lee Schiff, in den 1970er-Jahren konzipiert (Schiff et al. 1975). Der Bezugsrahmen umfasst die Sicht eines Menschen auf sich, andere und die Welt und beschreibt die determinierenden Faktoren für dieses individuelle Konstrukt. Jeder Mensch hat seinen eigenen speziellen Bezugsrahmen, es gibt keine zwei identischen Bezugsrahmen auf der Welt.

„Der Bezugsrahmen eines Menschen liefert dem Individuum ein allgemeines und gut strukturiertes Wahrnehmungs-, Denk-, Gefühls- und Handlungsschema zur Definition seiner selbst, anderer Menschen und der Welt. Seine Inhalte und deren interne Verknüpfung oder Vernetzung kann man als innere Landkarte verstehen, nach der Menschen sich richten. Die „Strukturen der Landkarte“ bestimmen darüber, welche inneren und/oder äußeren Gegebenheiten ein Mensch wahrnimmt, als relevant betrachtet und zu Handlungen verarbeitet.“ (Hagehülsmann & Hagehülsmann 2001, S. 15)



Der Bezugsrahmen ist das Gesamtsystem der Überzeugungen, Gedanken und Gefühle, die einen Menschen ausmachen. Man kann sich das vorstellen wie eine Hintergrundtapete, vor der sämtliche Wahrnehmung und sämtliches Handeln eines Menschen stattfinden und zu verstehen sind (vgl. Schlegel 1995, S. 251). Nun sind die Inhalte eines Bezugsrahmens erst einmal wenig spektakulär, schließlich macht jeder Mensch Erfahrungen und bildet seine individuelle Persönlichkeit daraus. Wenn Menschen allerdings aufgrund dessen einschränkende Wahrnehmungen oder Verhaltensmuster entwickeln, wird der Bezugsrahmen spannend.

### **3.6.1.1    *Einschränkende Einflüsse im Bezugsrahmen***

Beispielsweise wird ein Mensch, der fest davon überzeugt ist, dass er anderen Menschen nicht mit seinen Wünschen und Bedürfnissen auf die Nerven gehen darf, auch nie seine eigenen Wünsche und Bedürfnisse adäquat bewerten. Er wird sie immer den Bedürfnissen anderer unterordnen, die eine solche Überzeugung nicht haben und ihre Interessen daher ungezwungen verfolgen. Er wird seine Bedürfnisse nie ebenso wie seine Mitmenschen die ihren verfolgen können, weil er immer in der Angst lebt, sie wären nicht berechtigt und er könnte anderen damit auf die Nerven gehen. Für andere Menschen wird damit die Dringlichkeit der Bedürfnisse des Betroffenen nicht spürbar, selbst wenn sie gewillt wären, darauf Rücksicht zu nehmen. Daher werden sie auch nicht ausreichend darauf eingehen (können). So wird der Betroffene gleichzeitig immer wieder erleben, dass seine Wünsche und Bedürfnisse weniger wichtig als die der anderen sind und daher erst recht keinen Versuch unternehmen, diese deutlicher – zur Not auch gegen den Willen anderer – durchzusetzen. Und wenn er das in bestimmten, für ihn besonders wichtigen Situationen doch tut, dann aus einer inneren Not heraus und nicht frei wie andere Menschen ohne seine Bedenken. Diese innere Not spüren andere Menschen als Druck oder Manipulation und werden darauf eventuell genervt reagieren. Damit bekommt der Betroffene seine ursprüngliche Überzeugung, die zu diesem Verhalten geführt hat, immer wieder bestätigt und damit seinen Bezugsrahmen, auch wenn der Grund für die Genervtheit der anderen weniger die Einforderung seiner Wünsche und Bedürfnisse ist, sondern vielmehr die manipulativen Muster, die damit einhergehen. Wenn ein solches Geschehen vor dem Hintergrund des Bezugssystems betrachtet und verstanden wird, kann es verändert werden und damit in der Folge auch zu anderen Erfahrungen mit den Mitmenschen führen.

Es handelt sich bei diesem Beispiel um einen einschränkenden Einfluss aufgrund der im Bezugsrahmen festgelegten Überzeugungen. Ein Bezugsrahmen funktioniert aber unabhängig von positiven oder negativen Einflüssen in dieser Weise, bei vielen positiven Einflüssen in seinem Bezugsrahmen wird ein Mensch beispielsweise viel Flexibilität und Freiheit bezüglich seiner Handlungsoptionen haben (vgl. Hagehülsmann & Hagehülsmann 2001, S. 15).

### **3.6.1.2    *Bezugsrahmen allgemein***

Der Bezugsrahmen kann auch bei weniger emotionalen Themen eine Rolle bei der Interpretation spielen, beispielsweise bei der Bezeichnung von Farben, der Einschätzung von relativen Größen wie Höhe oder Weite oder bei ästhetischen Urteilen. Beispielsweise wird die Farbe türkis von einem Gutteil der Menschen als blau interpretiert, während nahezu ebenso viele grün als zutreffend empfinden. Ob etwas groß oder weit ist, hängt sehr davon ab, wie ein Mensch in seiner Historie groß oder weit erlebt hat. Eine Generation vor uns wird beispielsweise Menschen als normal groß empfinden, die uns heute eher klein erscheinen, weil sich hier durch die Verschiebung des Durchschnitts nach oben der Maßstab verändert hat. Hintergrund für eine solche Bewertung sind die Erfahrungen und daraus gezogenen Schlüsse in der Historie jedes einzelnen Menschen, die ihn in seiner speziellen Weise urteilen lassen (vgl. Stewart & Joines 2002, S. 273). „In einem weiteren Sinn wird unter Bezugssystem oder Bezugsrahmen die Einordnung alles Erfahrenen in einen bestimmten Bedeutungszusammenhang verstanden, mit anderen Worten: die im allgemeinen nicht als solche bedachte Zuteilung von Sinn, Bedeutung und Wert eines Ereignisses.“ (Schlegel 1995, S. 251)

Genauso wie sich der Bezugsrahmen auf jede Wahrnehmung in der physischen und psychischen Welt auswirkt, so wirkt er sich auch auf die Wahrnehmung fiktiver Inhalte und damit selbstverständlich auch auf die Medienrezeption. Auch die Inhalte und Erlebnisse in und mit den Medien werden vor dem Hintergrund des Bezugsrahmens erlebt und verarbeitet. Der Bezugsrahmen gibt einem Menschen Orientierung und Stabilität in seiner Wahrnehmung und seinem Handeln und ist damit essentiell. Daher versucht jeder Mensch, seinen persönlichen Bezugsrahmen möglichst unter allen Umständen aufrecht zu erhalten, auch wenn er manchmal zu Einschränkungen führt (vgl. Hagehülsmann & Hagehülsmann 2001, S. 16.). Beachtet man den Bezugsrahmen, wird auch leicht verständlich, warum Menschen bestimmte Medienangebote sehr unterschiedlich bewerten und verarbeiten. Auch die Konsequenzen, die sie daraus ziehen, sind oft sehr unterschiedlich. Als zugegebenermaßen drastisches Beispiel könnte man anführen, dass für einzelne Menschen beispielsweise die Rezeption gewalthaltiger Videospiele oder Filme irgendwann eine Animation darstellt, selbst Gewalt anzuwenden, für die überwiegende Mehrheit allerdings nicht. Nun spielen viele verschiedene persönliche und situative Faktoren eine Rolle, wenn es darum geht, ob eine solche Eskalation passiert. Allerdings ist davon auszugehen, dass die meisten Menschen einen Bezugsrahmen besitzen, der ein solches Verhalten als Konsequenz ausschließt, unabhängig davon, welchen persönlichen Belastungsfaktoren und situativen Bedingungen sie unterliegen. Wenn es aber passiert, ist ein solches Verhalten nur vor dem Bezugsrahmen der jeweiligen Person nachzuvollziehen, ebenso die Möglichkeiten, das Verhalten der Person zu beeinflussen. Um die Entstehung und Wirkung eines Bezugsrahmens im Detail zu erklären, stellt die Transak-

tionsanalyse eine Reihe von weiteren Modellen zur Verfügung, die im Folgenden näher erläutert werden.

### **3.6.2 Lebensskript**

Geht man vom Bezugsrahmen aus eine Ebene tiefer im Abstraktionsniveau der TA-Modelle, dann kommt man zum Lebensskript oder Skriptsystem. Das Lebensskript ist ähnlich wie der Bezugsrahmen zu verstehen, bezieht sich aber nicht auf alle Einflüsse auf Wahrnehmung und Handeln eines Menschen, sondern nur auf diejenigen, die im Laufe des Lebens, vor allem in der Kindheit, in der Psyche eines Menschen fixiert wurden (Berne 2001b).

#### **3.6.2.1 Skripttheorie**

Das Konzept des Lebensskripts in der Transaktionsanalyse, auch Skripttheorie genannt, ist der wichtigste theoretische Hintergrund für die Frage nach den persönlichen psychologischen Mustern eines Menschen. Sie wurde von Eric Berne, dem Begründer der Transaktionsanalyse, konzipiert und von seinen engsten Schülern kontinuierlich weiterentwickelt. Die Skripttheorie ist das übergreifende Modell in der Transaktionsanalyse für alle hinderlichen oder störenden Muster innerhalb einer Psyche. Es ermöglicht für jede Person die anschauliche und systematische Beschreibung ihrer individuellen Grundkonstitution und der individuellen Ausprägungen ihrer Psyche anhand ihrer Biografie und der übergreifenden Zusammenhänge. Es kann als zentrales theoretisches Handwerkszeug der Transaktionsanalyse verstanden werden, auch wenn für einzelne Einflüsse noch detailliertere Modelle zum Einsatz kommen. Dieser theoretische Überbau, man spricht auch vom „Skriptapparat“, integriert gewissermaßen alle kleineren Modelle der Transaktionsanalyse, die jeweils Ausschnitte davon betrachten (vgl. Rautenberg & Rogoll 210, S. 190).

#### **3.6.2.2 Was ist das Lebensskript?**

Das Lebensskript in der Transaktionsanalyse wird verstanden als eine Art individueller Plan eines Menschen, der vorgibt, wie der Verlauf der Lebensgeschichte dieses Menschen grundsätzlich gestaltet wird. Berne bezeichnete es auch als „Programm“ (Berne 2001b): „Beim Skript handelt es sich um ein kontinuierliches (fortlaufendes) Programm, das in der Zeit der frühen Kindheit unter elterlichem Einfluß entwickelt wird und das das Verhalten eines Individuums in den wichtigsten Aspekten seines Lebens bestimmt.“ (Berne 2001b, S. 472)

Das Skript enthält Definitionen sich wiederholender Muster in dieser Lebensgeschichte sowie der Qualität der skriptgeprägten Ereignisse und deren Ende. Die Transaktionsanalyse kennt daher sog. Gewinner-, Nicht-Gewinner- und Verliererskripts, je nachdem ob ein Mensch seine Lebensgeschichte im Hinblick auf seine Ziele eher glücklich oder unglücklich erlebt. Der Verlauf im Hinblick auf das Ende einer Lebensgeschichte kann je nach Ausprä-

gung eher banal oder dramatisch sein, eher glücklich oder unglücklich, eher von Zuversicht oder von Befürchtungen geprägt (vgl. Schlegel 1995, Stewart & Joines 2002). Das Lebensskript ist un- bzw. vorbewusst, ein Mensch gestaltet sein Leben nicht bewusst nach den Mustern des Skripts. Ganz im Gegenteil geht man davon aus, dass jeder Mensch in Phasen, in denen er seine Lebensgeschichte sehr bewusst gestaltet, skriptfreies Verhalten an den Tag legt, dass er dagegen beispielsweise in Stressphasen unbewusst in Verhaltensmuster, die seinem Skript entstammen, verfällt. Allerdings kann man sich auf gezielte Nachfrage oder Analyse hin durchaus bewusst machen, wodurch ein Skript geprägt ist, häufig spricht man darüber sogar, ohne sich der Qualität und Bedeutung dieser Aussagen bewusst zu sein. Jedenfalls gibt es bei vorbewussten Inhalten keine große Hürde, sich diese bewusst zu machen (Schlegel 1995, S. 177).

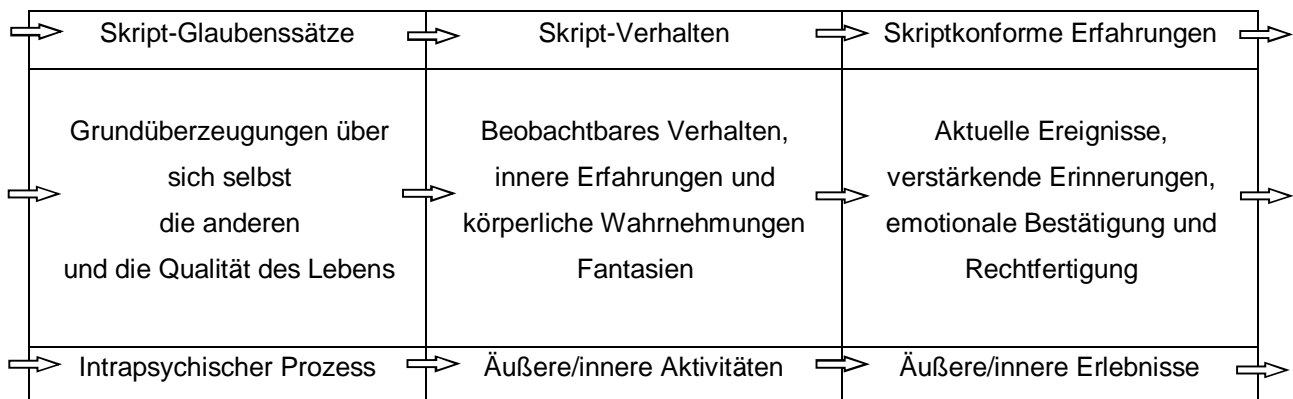
Änderungen des Skriptsystems sind allerdings nicht leicht zu bewerkstelligen, diese müssen intensiv eingeübt werden, wenn eine dauerhafte Änderung angestrebt wird (vgl. Hagehülsmann & Hagehülsmann 2001, S. 142.) Denn das Verlassen des Skripts erzeugt Angst, schließlich hat das Skript die Funktion, das Leben kalkulierbar zu machen und Gefühle und Bedürfnisse zu vermeiden, die in der Kindheit zu Schwierigkeiten geführt hatten und daher unterdrückt werden (Erskine & Moursund 1991, S. 41). Das Lebensskript eines Menschen entsteht bereits während der ersten Jahre seiner Kindheit und ist in der Regel bis zum Schuleintritt in seinen Grundzügen abgeschlossen. Entsprechend dem Alter wird das Skript in seiner konkreten Ausgestaltung bis in die Jugendzeit noch angepasst, die wesentliche Dynamik bleibt aber erhalten (Schlegel 1995; Berne 2001b). Später wird ein Skript in der Regel nur noch durch existenzielle Erlebnisse oder durch bewusstes Entgegenwirken verändert. Die Inhalte des Lebensskripts entstehen durch kindliche Entscheidungen, durch Einflüsse der Eltern und naher Bezugspersonen und durch kindliche Schlussfolgerungen und Interpretationen prägender Ereignisse. Diese müssen von den Bezugspersonen nicht negativ gemeint oder aufgezwungen werden, vielmehr zieht das Kind aus seinem kindlichen Weltbild heraus Schlüsse, die es fixiert (vgl. Dehner & Dehner 2007, S. 65-66; Goulding & Goulding 2005, S. 61-62).

Die Überzeugungen, die sich ein kleiner Mensch im Laufe seines Heranwachsens bildet, bestimmen schließlich das Weltbild oder den sog. Bezugsrahmen des Kindes, d.h. seine Überzeugungen über sich selbst, die anderen und die Welt. Daraus leitet das Kind seine bestimmte Art und Weise, mit dieser Welt umzugehen bzw. in dieser Welt zu leben ab, soz. seine individuelle Lebensart und sein Skript. Diese Art zu leben bzw. das Skriptverhalten führen zu bestimmten Erfahrungen, die diese Überzeugungen bestätigen und damit festigen. Damit entsteht ein sich selbst erhaltendes System, das immer wieder analoge Erfahrungen und Überzeugungen fördert und verstärkt (Erskine & Moursund 1991, S. 62 ff.).

### 3.6.2.3 Skriptsystem

Das Skriptsystem lässt sich sehr gut grafisch darstellen, wenn man den Prozesscharakter und die stark voneinander abhängigen Teile veranschaulichen will. Selbstverständlich überlagern sich diese Teile permanent und der Prozess findet in einem endlosen Kreislauf statt, der an jeder Stelle unterbrochen oder beeinflusst werden kann.

Abbildung 3: Skriptsystem



Quelle: eigene Darstellung, (vgl. Erskine & Moursund 1991, S. 48)

In der Transaktionsanalyse wurde das Konzept des Lebensskriptes mittlerweile sehr detailliert ausgearbeitet, sowohl die inhaltliche als auch die Prozessbetrachtung des Lebensskriptes haben Erkenntnisse über allgemeingültige Muster hervorgebracht. Diese können nun für eine weitergehende Betrachtung der theoretischen Grundlagen des Lebensskriptes im Zusammenhang mit dem Medium Fernsehen und dessen Nutzung verwendet werden.

### 3.6.3 Lebenspositionen und Grundüberzeugungen

In den Arbeiten zahlreicher Transaktionsanalytiker haben sich zentrale Inhalte von Lebensskripten bestätigt. Bestimmte Einflüsse lassen sich für alle Lebensskripte soweit verallgemeinern, dass sie als grundlegend betrachtet werden können, sog. Grundüberzeugungen und Lebenspositionen. Je nach Lebensalter und Art des Einflusses können unterschiedliche Kategorien an Einflüssen identifiziert werden.

#### 3.6.3.1 Lebensposition

Jeder Mensch hat gewisse Grundüberzeugungen, die seine Haltung zu sich selbst und zum Leben ausdrücken, die in der Summe eine Grundeinstellung zum Leben, eine existentielle Lebensposition, erzeugen. Diese Haltung beschreibt den subjektiven Wert, den eine Person sich selbst gibt, wenn sie sich mit anderen Personen vergleicht. Bedenkt eine Person die positiven und negativen Aspekte, dann kommt sie zu der Schlussfolgerung: „Ich bin o.k.“ oder „Ich bin nicht o.k.“; +o.k. oder -o.k. Genauso macht sie sich ein Bild von den anderen Menschen und kommt zu dem Schluss, „Die anderen sind ok“ oder „Die anderen sind nicht

ok“, +ok oder -ok für andere. In Verbindung der beiden Entscheidungen entstehen vier verschiedene Kombinationen, die eine grundsätzliche Position im Leben markieren und alles Handeln beeinflussen (vgl. hierzu und im Folgenden Schlegel 1995, Stewart & Joines 2002).

### **3.6.3.2 Überblick: vier verschiedene Lebenspositionen**

- Gesunde Position +ok/+ok  
Soziale Interaktion: zusammen weiterkommen  
Empfindungen, Verhalten: Lösungen suchen, destruktives Verhalten stoppen, rationale Analyse
- Depressive Position -ok/+ok  
Soziale Interaktion: weggehen, fliehen  
Empfindungen, Verhalten: „wieder falsch gemacht“, Schuldgefühle, Scham, sich entschuldigen, wieder gutmachen
- Arrogante Position +ok/-ok  
Soziale Interaktion: Geh weg!  
Empfindungen, Verhalten: „ich muss mich auf mich selbst verlassen“, arrogant/gleichgültig
- Sinnlosigkeitsposition -ok/-ok  
Soziale Interaktion: nirgends hin gehen, nichts tun  
Empfindungen, Verhalten: „es ist nichts zu machen“, „alles sinnlos“, ohne Hoffnung, Lähmung, „es gibt keine Lösung“ (vgl. Christoph-Lemke 2002, S.39)

### **3.6.3.3 Wie wirkt sich die Lebensposition aus?**

Die grundlegende Lebensposition ist die Reaktion auf wichtige Kindheitserfahrungen und beeinflusst das Handeln eines Menschen in vielen Situationen. Die Lebensposition als grundlegende Überzeugung oder grundlegender Glaube über sich selbst und andere wird benutzt, um Entscheidungen und Verhalten zu rechtfertigen. Aus der Lebensposition lassen sich Strategien zur Problemlösung ableiten, beispielsweise ob jemand in Belastungssituationen auf andere zugeht und Unterstützung sucht oder seine Angelegenheiten alleine regelt und sich von anderen abgrenzt. Auch ob ein Mensch aktiv oder passiv auf Stresssituationen reagiert, hängt häufig mit seiner grundlegenden Lebensposition zusammen (vgl. English 2000). Eine grundlegende Lebensposition selbst kann man allerdings nicht beobachten, die Reaktion von Menschen auf bestimmte Szenarien oder ihre Einschätzung dazu kann man dagegen sehr leicht beobachten oder erfragen. Menschen geben in ihren Beurteilungen oder Reaktionen laufend – ohne das absichtlich zu tun – Auskunft über ihre Ansichten zu sich und ihren Mitmenschen und damit indirekt auch zu ihrer Lebensposition. In der Regel ist das Ergebnis in einer realen Situation nicht wesentlich anders als in einer fiktiven. Auch hier reagie-

ren Menschen unterschiedlich, je nach ihren individuellen Prägungen oder Überzeugungen. Daher ist davon auszugehen, dass Rezipienten auf Menschen und Ereignisse in den Medien nach denselben Mustern reagieren wie im direkten Umgang und auch bei der Medienrezeption ihre psychischen Prägungen wie etwa die Lebensposition eine Rolle spielen und damit erkennbar sind.

#### **3.6.3.4 Grundüberzeugungen**

Neben der Lebensposition bilden Kinder weitere grundlegende Überzeugungen aus. Sie sind vor allem auf den Einfluss der Eltern oder wichtiger Bezugspersonen zurückzuführen. Je nachdem, in welcher Form die jeweiligen Anweisungen oder Wünsche der Eltern an die Kinder gegeben werden, haben sie unterschiedlichen Charakter und andere Bezeichnungen (vgl. Stewart & Joines 2002; Rautenberg & Rogoll 2010):

- Elterliche Botschaften, Anweisungen, Ratschläge: Erlaubnisse oder Einschärfungen
- Sachliche, nüchterne Äußerungen der Eltern: Programm
- Kindliche Wünsche oder Befehle der Eltern: Gegeneinschärfungen oder Antreiber

Erlaubnisse sind wachstumsfördernde, bedingungslose Zuwendungen. Sie unterstützen Wohlbefinden und vermitteln, dass es in Ordnung ist, „da zu sein“, „zu existieren“, „lebendig zu sein“. Erlaubnisse sind nicht einschränkend und geben Raum für natürliche Entwicklung. Sie erlauben altersentsprechende Freiheiten und geben die Möglichkeit, Potenzial zu entwickeln. Auf jeder Entwicklungsstufe gibt es bestimmte Aufgaben, die die Eltern unterstützen müssen, damit das Kind sie bewältigt. Dazu braucht es Erlaubnisse. Unterstützen Eltern die Aufgabenbewältigung nicht und reagiert das Kind darauf mit einer negativen Grundüberzeugung, dann ist es nach dem Verständnis der Transaktionsanalyse einer Einschärfung gefolgt. Zusätzlich lernen Kinder von den Eltern, wie man bestimmte Dinge macht, sei es durch Vorbildfunktion der Eltern oder durch konkrete elterliche Anweisungen. Diese Einflüsse bezeichnet man in der Transaktionsanalyse als elterliches Programm. Einschärfungen und Antreiber sind negativ und wachstumshindernd, sie schränken das spontane, freie Kind-Ich ein. Einschärfungen sind in der Regel Negativformulierungen: „Sei nicht“, „Tu nicht“ etc. Antreiber/Gegeneinschärfungen klingen wie Imperative: „Tu“, „Sei“ etc. Auch die Einstellungen der Eltern zu sich und anderen, die Erwartungen an das Leben und deren Befürchtungen spielen für das Kind eine große Rolle, auch sie hinterlassen Spuren in den Überzeugungen und Entscheidungen, die Kinder in ihrer frühen Kindheit bilden (vgl. Schlegel 1995).

Diese Einflüsse können für das Kind altersgemäß positiv oder negativ sein, die wenigsten Kinder erhalten überwiegend negativen Input von ihren Eltern. In den Auswirkungen auf die Kinder kommt diesem vielleicht überdurchschnittlich viel Aufmerksamkeit zu, weil er Spuren

hinterlässt und ggf. zu Problemen oder Korrekturbedarf führt. Realiter könnte die Aufmerksamkeit aber möglicherweise umgekehrt proportional zur Häufigkeit des Vorkommens sein.<sup>28</sup>

### **3.6.4 *Einschärfungen und Antreiber***

Einschärfungen und Antreiber lassen sich in einzelnen Statements sehr gut erkennen und werden in der Regel auch bereitwillig preisgegeben. Daher eignen sie sich sehr gut für diese Untersuchung und werden unter anderem verwendet. Sie sind markante Informationen darüber, wie ein Mensch sein Leben gestaltet und bewertet. Auch bezüglich der Helden in den Mediendarstellungen sind diese Faktoren gut erkennbar und leicht abzufragen.

#### ***Frühe Einflüsse auf die Grundüberzeugungen und ihre konstituierenden Auswirkungen***

Sehr frühe Einflüsse, die bereits im präverbalen Alter beginnen, werden in der Transaktionsanalyse als sog. Einschärfungen oder Bannbotschaften und Erlaubnisse bezeichnet. Sie werden von den Eltern in einem frühkindlichen Stadium grundgelegt und in einer entsprechend kindlichen Form gespeichert. Diese Einflüsse werden in einer intuitiven Form an Kinder weitergegeben, sie bilden den Kern eines jeden Lebensskripts (vgl. Schlegel 1995; Hagehülsmann & Hagehülsmann 2001). Die Transaktionsanalyse kennt zwölf Einschärfungen bzw. Bannbotschaften, die in Variationen in jedem Skript vorkommen.

#### **3.6.4.1 *Die 12 zentralen Einschärfungen (Goulding)***

- 1) „Existiere nicht“
- 2) „Sei nicht du“ (z.B. das Geschlecht, das du hast)
- 3) „Sei kein Kind“
- 4) „Werde nicht erwachsen“
- 5) „Schaff's nicht“
- 6) „Tue nichts“
- 7) „Sei nicht wichtig“
- 8) „Gehöre nicht dazu“
- 9) „Sei nicht nahe“ (Variante: „Vertraue nicht“)
- 10) „Sei nicht gesund“ oder „Sei bedürftig“ oder „Sei schwach“
- 11) „Denke nicht“
- 12) „Fühle nicht“ (Dehner & Dehner 2007, S. 67-68; Goulding 2000)

<sup>28</sup> Darüber hinaus kennt die Transaktionsanalyse im Hinblick auf die Dynamik des Skriptverlaufs verschiedene Muster, die sich als allgemeingültig erwiesen haben und eine Aussage darüber zulassen, wie sich wiederholende Verhaltensmuster in ihrer Dynamik im Rahmen eines Lebensskripts einordnen lassen. Diese Konzepte greifen über einen weiteren Zeitraum im Leben eines Menschen und lassen sich durch eine Momentaufnahme kaum beschreiben. Sie werden in dieser Studie daher nicht verwendet, da einzelne Befragungssituationen hier nicht ausreichend Aufschluss geben können. Der Vollständigkeit halber seien sie erwähnt.



Sieht man sich diese Einschärfungen genauer an, so lassen sie sich in vier Gruppen unterteilen, die jeweils bestimmte Aspekte einer Persönlichkeit in Frage stellen:

Bin ich in Ordnung, wie ich bin? (Einschärfungen 1 bis 4)

Darf ich durch mein Handeln Bedeutung erlangen? (Einschärfungen 5 bis 7)

Darf ich mit anderen in Kontakt gehen? (Einschärfungen 8 bis 9)

Darf ich bestimmte Eigenschaften (Stärken) haben? (Einschärfungen 10 bis 12)

Je nach Ausprägung der kindlichen Schlussfolgerungen aus den Botschaften der Eltern oder Bezugspersonen, werden eine oder mehrere dieser Fragen nicht uneingeschränkt verneint und wirken sich so auf die Selbstwahrnehmung und das Verhalten der Betroffenen aus. Darüber hinaus werden im weiteren, verbal geprägten Altersabschnitt bis zur Pubertät wichtige Informationen und Wünsche der Eltern an die Kinder herangetragen, die teilweise den frühesten Einflüssen entgegenwirken, sie teilweise aber auch ergänzen. Diese sog. Gegen-einschärfungen oder Wegweiser können im Alter von drei bis zwölf Jahren gegeben werden, obwohl man davon ausgeht, dass das Skript in der Regel in den ersten zehn Lebensjahren weitgehend vollständig ist. Hier handelt es sich um vorwiegend verbale Botschaften, die Erwartungen und Befürchtungen der Eltern an die Kinder weitergeben, genauso wie erzieherische Vorschriften oder Prophezeiungen bezüglich des kindlichen Charakters oder Lebenslaufes (vgl. Schlegel 1995; Stewart & Joines 1990; Rautenberg & Rogoll 2010).

Je nach Charakter des Ursprungs in der elterlichen Psyche werden diese Einflüsse unter den genannten Kategorien zusammengefasst, sie ergeben insgesamt in ihrer individuellen Kombination die psychische Grundkonstitution für einen Menschen. In ihrer archaischen Form sind diese Einflüsse nicht einfach abzufragen, sie spiegeln sich aber sehr deutlich in der Wertung bzw. Bedeutung wider, die Menschen ihrer Existenz, ihren Gefühlen, ihren Gedanken, ihren Stärken und Schwächen und der Nähe oder Distanz zu anderen Menschen beimessen. Zusätzlich gibt es eine ganze Reihe von gängigen Beispielen für elterliche Vorgaben an Kinder, wie sie sein sollen, um den Vorstellungen der Eltern gerecht zu werden. Im Laufe der näheren Betrachtung haben sich allerdings fünf elterliche Gebote – die sog. Antreiber – herauskristallisiert, die eine ganz besondere Bedeutung im Lebensskript haben und in jedem Skript – allerdings in unterschiedlicher Ausprägung und Gewichtung – vorkommen.

#### **3.6.4.2 Die fünf zentralen Antreiber (Kahler):**

- 1) „Sei perfekt!“
- 2) „Sei (anderen) gefällig!“
- 3) „Streng dich an!“
- 4) „Sei stark!“
- 5) „Beeil dich!“ (Dehner & Dehner 2007, S. 68; Kahler 1978)

Verinnerlichte Einschärfungen und Antreiber bestimmen das Verhalten eines Menschen in allen Bereichen des Lebens und machen sich im täglichen Sozialleben deutlich bemerkbar. Einschärfungen und Antreiber sind tief im Innern eines Menschen verankert und nicht zu eliminieren, indem man nur darauf hinweist und daraufhin eine Verhaltensänderung erwartet. Einschärfungen und Antreiber können sich beispielsweise in Perfektionismus, Hektik, übertriebener Hilfsbereitschaft, Denkblockaden oder Fehlverhalten, Konkurrenzkampf etc. zeigen (vgl. Hagehülsmann & Hagehülsmann 2001; Stewart & Joines 2002). In jedem Fall führen nicht zuletzt die Einschärfungen und Antreiber eines Menschen dazu, dass er bestimmte Umgangsweisen und Problemlösungsstrategien für adäquat und wirksam hält, andere aber nicht. Diese Auffassungen sind zwar – wie jedes Sozialverhalten – einem lebenslangen Lernprozess unterworfen, allerdings bilden sich bestimmte Vorlieben bereits sehr früh heraus und werden in der Regel durch vielfaches Wiederholen stark gefestigt. Sind das nicht nur eigene Erfahrungen, sondern werden sie auch durch Vorbilder und Ideale von außen entsprechend bestätigt, wird dieser Prozess dadurch deutlich unterstützt. In den sozialen Strategien von Kindern und Jugendlichen sind besonders Antreiber oft deutlich erkennbar, zumindest wenn sie von den Betroffenen für sozial erwünscht betrachtet werden. Wenn man Kindern zuhört oder mit ihnen über ihre Fantasien spricht, kann man gut feststellen, wie wichtig ihnen „Stärke“, „gut sein“ bzw. „besser sein“, „schnell sein“ oder auch die Abstimmung mit anderen sind. Dass sie sich dafür besonders anstrengen, ist bei jedem Antreiber der Fall. Insofern ist der Antreiber „Streng Dich an“ ein Sonderfall dieser Kategorie und zusätzlich in seiner Qualität vom Erfolg bzw. Erfolgsempfinden abhängig und daher am besten in einer Kombination mit einer diesbezüglichen Kategorie messbar („lasse mich nicht unterkriegen“, „erreiche meine Ziele“ etc.). Am deutlichsten und sehr bereitwillig geben Kinder und Jugendliche Auskunft darüber, ob sie ihre Herausforderungen primär durch Stärke, Intelligenz oder Anpassung lösen.

### **3.6.5 *Persönlichkeitstypen und Problemlösungsstrategien***

Ein weiteres Konzept, das sich in den Präferenzen und Bewertungen eines Menschen deutlich erkennbar manifestiert, ist das der Persönlichkeitstypen nach Fanita English (vgl. hierzu und im Folgenden: English 2000; English 2001). Es beschreibt die bevorzugten Umgangsweisen von Menschen mit ihrer sozialen und physikalischen Umwelt und spiegelt sich in den Bewertungen und Problemlösungsmustern einer Person wider.

#### **3.6.5.1 *Persönlichkeitstypen***

Auf Basis ihrer Grundüberzeugungen entwickeln Menschen Neigungen und Tendenzen, bestimmte Verhaltensweisen stärker einzusetzen, um sich im Leben zurechtzufinden und Sicherheit und Berechenbarkeit im Umgang mit anderen zu erreichen. In diesem Zusam-

menhang bietet die Transaktionsanalyse neben der Anwendung der oben genannten Ansätze das Modell der Persönlichkeitstypen im Hinblick auf den Umgang mit den Mitmenschen an. Die Klassifikation in die zwei Persönlichkeitstypen „Übersicher“ und „Untersicher“ nach der bekannten Transaktionsanalytikerin Fanita English geht davon aus, dass jeder Mensch beim Vergleich seiner Person mit anderen zu einer bestimmten Haltung in Bezug auf seine Persönlichkeit neigt (English 2001, S.19 ff):

Typ „Untersicher“ besetzt vorzugsweise seine angepasste kindliche Seite und erbittet Anweisungen von anderen, spricht also deren elterliche Seite an. Er tendiert zu der Annahme, dass andere in bestimmten Situationen besser zurechtkommen als er selbst und lässt sich daher gerne Ratschläge geben und von anderen führen.

Typ „Übersicher“ besetzt eher seine elterliche Seite und gibt gerne Anweisungen an andere, spricht daher häufig deren kindliche Seite an. Er zeigt die Tendenz, anzunehmen, dass er eher als andere weiß, mit Situationen umzugehen und gibt gerne Ratschläge oder ist gerne bereit, die Führung anderer zu übernehmen.

Beide Persönlichkeitstypen können entweder in einer eher freundlichen bzw. defensiven oder in einer ärgerlichen bzw. offensiven Haltung ihren Niederschlag im zwischenmenschlichen Austausch hinterlassen, je nachdem, ob sich die jeweilige Person gerade in einem angepassten oder in einem kritischen Modus befindet. Auch hier hat jede Person eine gewisse Neigung, einen bestimmten Modus bevorzugt einzunehmen und verlässt ihn nur selten und in der Regel nur für kurze Zeit. Damit hat jeder Mensch seine charakteristische Art und Weise, sein eigenes Beziehungsmuster, um mit anderen Menschen umzugehen, das im Alltag häufig zu beobachten ist (vgl. English 2001, S. 21ff.). Diese für einen Menschen typische zwischenmenschliche Umgangsweise hängt davon ab, wie ein Mensch seine Mitmenschen sieht und was er ihnen gegenüber empfindet. Auch seine Überzeugungen, wie andere Menschen im Vergleich zu ihm selbst einzuschätzen sind und seine Erwartungshaltung bezüglich deren Verhalten ihm gegenüber sind hier ausschlaggebend (vgl. English 2001, S. 28 ff.).

### **3.6.5.2 Problemlösungsstrategien**

Abhängig von ihren Persönlichkeitstypen entwickeln Menschen auch Problemlösungsstrategien, die sie bevorzugt anwenden. Je nachdem, ob sie sehr sicher oder eher unsicher und ob sie eher freundlich oder ärgerlich in ihrer Grunddisposition veranlagt sind, bevorzugen sie die Problemlösung alleine oder zusammen mit anderen. Natürlich haben alle Menschen beide Problemlösungsvarianten zur Verfügung, dennoch lässt sich in der Regel eine klare Präferenz für eine Variante beobachten. Und diese Überzeugungen und Erwartungen geben Menschen gerne preis, wenn sie über ihre Ansichten zu anderen, sich selbst und dem Leben an sich Auskunft geben. Daher ist dieses Konzept ebenfalls geeignet, in dieser Studie zur Anwendung zu kommen und wird sowohl im Fragebogen als auch in den Tiefeninter-

views eingesetzt. Gerade auch die Fernsehhelden sind in dieser Hinsicht oft deutlich akzentuiert und daher auch für die Jugendlichen gut einschätzbar. Im Vergleich zu diesen können sie dann die Einschätzung ihrer selbst vornehmen und ihre Präferenzen mitteilen.

### **3.6.6 Zuwendung, Beziehungsbedürfnisse**

Zuletzt sei hier noch das Konzept der Beziehungsbedürfnisse erwähnt, das sich ebenfalls sehr gut für den Einsatz im Rahmen dieser Studie eignet. Abstrahiert von den frühkindlichen Einflüssen der Eltern beschreibt es grundlegende Bedürfnisse aller Menschen im Hinblick auf den Umgang mit anderen, die zwar individuell unterschiedlich ausgeprägt sind, aber allgemein auf alle Menschen zutreffen. Und insbesondere Jugendliche, für die der Umgang mit anderen besonders bedeutsam ist, sei es nun im Hinblick auf Abgrenzung oder Zugehörigkeit, sind auf tragfähige Beziehungen und Sozialkontakte zu anderen angewiesen.

Das Konzept der Beziehungsbedürfnisse definiert acht zentrale Bedürfnisse, die in menschlichen Beziehungen relevant sind. In dieser Studie wird diesbezüglich angenommen, dass sich die Jugendlichen bei der Auswahl und Bewertung ihrer Lieblingsserien und -helden sehr stark von ihren eigenen Beziehungsbedürfnissen leiten lassen, indem sie diese in ihren Lieblingsserien ebenfalls suchen und gespiegelt wissen wollen. Die Transaktionsanalyse geht davon aus, dass der Mensch von einigen elementaren psychologischen Grundbedürfnissen geprägt ist, ähnlich den existenziellen physiologischen Grundbedürfnissen. Diese Bedürfnisse sichern das psychologische Überleben, sie sind so essenziell, dass jeder Mensch sie bedienen muss. Sie bewirken, dass Menschen miteinander in Beziehung treten. Ein existenzielles Bedürfnis des Menschen ist das nach Zuwendung und Anerkennung. Fühlt sich ein Mensch ignoriert oder nicht geschätzt, fehlt ihm der wichtigste Antrieb zu sozialem und konstruktivem Handeln (vgl. hierzu und im Folgenden: Erskine & Trautmann 1997).

Der Wunsch nach Zuwendung und Anerkennung bedeutet aber gleichzeitig, dass Menschen in Beziehung miteinander sein müssen, um diesen Wunsch zu befriedigen. Ohne Beziehung gibt es weder Zuwendung noch Anerkennung. Daher hat jeder Mensch automatisch essenzielle Beziehungsbedürfnisse. Auch und besonders für Kinder und Jugendliche sind Zuwendung und Anerkennung wichtige Faktoren für ein gesundes Sozialleben und damit deren Wohlbefinden. Gerade in Kindheit und Pubertät sind soziale Faktoren für das Wohlbefinden der Kinder und Jugendlichen bedeutsam und entscheidend für ihr seelisches Wohlbefinden.

#### **3.6.6.1 Acht zentrale Beziehungsbedürfnisse (Erskine und Trautmann)**

- 1) Bedürfnis nach Sicherheit
- 2) Bedürfnis nach Grenzen (Schutz)
- 3) Bedürfnis nach Einmaligkeit

- 4) Bedürfnis nach Initiierung
- 5) Bedürfnis nach Vergewisserung
- 6) Bedürfnis nach Bestätigung
- 7) Bedürfnis nach Einflussnahme
- 8) Bedürfnis, etwas zu geben (Erskine & Trautmann 1997)

#### **3.6.6.2 Herausforderungen in drei zentralen Bereichen**

Betrachtet man diese Beziehungsbedürfnisse genauer, so lassen sich auch hier wieder Cluster von verwandten Phänomenen bilden. Drei große Bereiche an Herausforderungen im Leben der Jugendlichen eignen sich, um diese Gruppierung näher zu veranschaulichen, nämlich die Bedrohung durch äußere Umstände, die gesellschaftlichen Einschränkungen für die persönliche Verwirklichung und evtl. fehlende Geborgenheit durch das soziale Umfeld:

Die Bedürfnisse nach Sicherheit, Grenzen und Schutz lassen sich gut durch Bedrohungen von außen erklären, im Leben eines jeden Menschen gibt es dieses Potenzial, vor dem er sich zu schützen versucht.

Die Bedürfnisse nach Einmaligkeit, Einflussnahme und etwas zu geben, drücken den natürlichen Drang nach Selbstverwirklichung aus und auch den Wunsch, sich von anderen abzuheben.

Die Bedürfnisse nach Initiierung, Vergewisserung und Bestätigung dagegen drücken den Wunsch nach sozialer Geborgenheit aus, der die verbindenden Elemente im Zusammenleben mit anderen besonders betont.

#### **3.6.7 Verwendung für die vorliegende Studie**

Die Fülle der vollständigen Skripttheorie der Transaktionsanalyse ist für diese Untersuchung nur bedingt geeignet, sie kann nur teilweise für das vorliegende Vorhaben fruchtbar gemacht werden. Insbesondere tiefenpsychologische Diagnosen, die sich nicht im Rahmen einer einfachen Befragung erheben lassen und auch für den Themenbereich Fernseh Wahrnehmung nicht geeignet sind, werden hier nicht verwendet.

Dennoch erweisen sich die oben beschriebenen Teile der transaktionsanalytischen Theorie, insbesondere der Bezugsrahmen und die Skripttheorie, als hervorragend geeignet für die Auswertung des hinteren Abschnitts des für diese Studie verwendeten Fragebogens, insbesondere die Konzepte zu Persönlichkeitstypen, Problemlösungsmustern, Einschärfungen, Antreibern, Beziehungsbedürfnissen sowie zu den Lebenspositionen und vor allem die Grundüberzeugungen. Diese Konzepte können soz. als Hintergrundfolie für die Antwortbatterien zu den Fragen verwendet werden, die im Hinblick auf die Wahrnehmung der Jugendlichen bezüglich ihrer Fernsehhelden und ihrer selbst verglichen werden sollen.

Die Antworten wurden nicht exakt auf die transaktionsanalytischen Begriffe abgebildet, um sie dem Thema und den Probanden angemessen formulieren zu können. Eine der Wissenschaft entsprechende Verwendung der Begriffe hätte zu äußerst abstrakten Antwortvorgaben geführt, die insbesondere im Hinblick auf die Zielgruppe das Verständnis der Fragen deutlich erschwert hätte. Für die befragten Jugendlichen war die Komplexität des vorliegenden Fragebogens verstehbar, hätte aber nicht sehr viel komplizierter sein dürfen. Eine nachträgliche Zuordnung zum theoretischen Hintergrundkontext ist daher unvermeidlich, bietet gleichzeitig auch Chancen. So können übergreifende Muster in verschiedener Ausprägung angenommen und überprüft werden.

Schließlich entfalten sich im Umgang mit den Medien kognitive und situative Faktoren sowie emotionale und soziale Befindlichkeiten und Präferenzen der Rezipienten. Diese generieren in der Folge ein individuelles Rezeptionserlebnis, das sich zu typischen Mustern verdichten lässt. Voraussetzung für diese Prozesse sind psychologische Mechanismen, die den Rezeptionsprozess begleiten, wenn sich der Zuschauer intensiv auf ein Medienangebot einlässt. Beim Erleben einer Fernsehsendung etwa spielen sich verschiedene innerpsychologische Vorgänge zur gleichen Zeit ab. Unterschiedliche Personen im Medienangebot können beispielsweise mit unterschiedlichen Beziehungsmustern besetzt sein und je unterschiedliche Bedürfnisse bei den Rezipienten bedienen. So entsteht ein individuelles Geflecht von Reaktionsmechanismen, die einen individuellen Umgang mit dem Medienangebot nach sich ziehen. Und diese Vorgänge werden unter dem Dach des Bezugsrahmens aus der Transaktionsanalyse integriert und anhand der transaktionsanalytischen Modelle betrachtet.

Die Transaktionsanalytische Terminologie wird also nicht nur zur Operationalisierung, sondern auch zur Interpretation der Ergebnisse zu den zentralen Fragen zu den psychologischen Persönlichkeitsmustern der Jugendlichen und Helden im Vergleich verwendet (siehe Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Wahrnehmung der Jugendlichen von sich selbst und ihren Helden im Vergleich“ und „Persönlichkeitsmerkmale von Jugendlichen und Helden“).

Nach dem Modell der TV-Formatforschung wird mithilfe der Transaktionsanalyse vor allem die Dimension Persönlichkeit auf allen drei Ebenen analysiert. Die Transaktionsanalyse gibt von allen verwendeten Modellen die Möglichkeit, am tiefsten Einblick in die Psyche der Jugendlichen zu erhalten und die Identitätsentwicklung der Jugendlichen zu verfolgen.

## ***4. Forschungsinteresse und Forschungsfragen***

In den letzten Jahrzehnten gab es immer wieder Situationen, in denen lautstark und in breiter Öffentlichkeit hinterfragt wurde, ob die Medien aus Kindern und Jugendlichen gefährliche Gewalttäter oder gar Mörder machen (können). Insbesondere bei Schulmassakern wurde die Schuld immer wieder bei Medieneinflüssen gesucht. Hat sich dann herausgestellt, dass die jugendlichen Amokläufer Egoshooter gespielt oder Gewaltfilme gesehen haben, glaubte man bereitwillig, sie dort auch gefunden zu haben. Doch die Zusammenhänge, die zu solchen Verzweiflungstaten führen, sind längst nicht so einfach wie es scheint. Vielmehr hat sich in Untersuchungen dazu gezeigt, dass sie deutlich komplexer sind und dass Jugendliche eine Prädisposition haben müssen, um gewalttätige Lösungen zu suchen und zu vollziehen (Fromm 2002; Bergmann & Hüther 2010). Ein schwieriges Medien Vorbild reicht hierfür sicherlich nicht. Doch woher kommt die Faszination der Medienfiguren für Jugendliche und welche Charaktere wirken besonders auf die Jugendlichen? Welche Zusammenhänge gibt es zwischen den Lebensbedingungen der Jugendlichen und der Wahl ihrer Fernsehhelden?

Das sind wichtige Fragen im Hinblick auf die Erklärung und hoffentlich auch Vermeidung negativer Auswirkungen der Medien auf Kinder und Jugendliche. Denn nur wenn die dahinterliegenden Zusammenhänge verstanden werden, können sie auch gezielt beeinflusst werden. Zu diesem Verständnis möchte die hier vorliegende Studie ihren Teil beitragen, indem sie eine Perspektive auf diese Zusammenhänge einnimmt, die hierzu differenziertere Erkenntnisse bringt. Aus einer kommunikationspsychologisch in der Transaktionsanalyse fundierten und rezipientenorientierten Perspektive sollen die Ergebnisse für ein erweitertes Verständnis von Medienrezeption im Hinblick auf das Bezugssystem von Jugendlichen nutzbar gemacht werden.

Das Forschungsinteresse dieser Studie besteht in der Untersuchung der Rolle der psychischen Grundkonstitution jugendlicher Fernsehzuschauer für die Wahrnehmung ihrer Lieblingshelden und Lieblingsserien. Diese Betrachtung möchte von einer isolierten Sichtweise entweder auf medienbedingte Faktoren einerseits oder persönlichkeitsbedingte Faktoren andererseits zurücktreten, um den Blick auf Medienerlebnisse im Kontext der Erlebnisweisen und emotionalen Bedürfnisse der Jugendlichen als Basis ihrer Wahrnehmung und Selektion zu eröffnen. Denn diese sind eingebettet in psychologische Zusammenhänge, die die Lebensphase und die persönlichen Wahrnehmungen der Jugendlichen insgesamt bestimmen. Gerade in der frühen Jugendphase, in der die Jugendlichen verstärkt aus sich heraus Orientierung und Problemlösungsstrategien im Umgang mit sich und anderen zu entwickeln suchen, bilden sich nach der ersten kindlichen Prägung noch einmal soziale und psychologi-

sche Muster heraus, die eine tiefere Bedeutung haben als lediglich Unterhaltung, Ablenkung oder Zeitvertreib. Sicherlich spielen die Strukturierung von Zeit, die Bedürfnisse nach Information und Unterhaltung, ebenso wie die Suche nach emotionalen Stimuli eine zentrale Rolle; aber verknüpft mit den individuellen Prägungen, Grundüberzeugungen und emotionalen Dispositionen lässt sich ein Bezugsrahmen für Medienrezeption generieren, der über den direkten Umgang mit dem Medium in der Rezeptionssituation hinausweist. Und genau an diesem Punkt soll diese Studie einen Beitrag dazu leisten, die Medienrezeption der Jugendlichen im Hinblick auf ihr Verhalten und Erleben besser erschließen und verstehen zu lernen.

#### **4.1 Zentrale Forschungsfrage**

**Welche psychologischen Grundmuster bevorzugen Jugendliche bei ihren Lieblingshelden im Fernsehen und in welchem Zusammenhang stehen diese mit ihren eigenen?**

Die Idee hinter dieser Frage ist, dass Kinder und Jugendliche eher Helden bevorzugen, bei denen sie ähnliche psychologische Muster wie bei sich selbst wahrnehmen. Dass ihre Helden unter Umständen mehr Stärke, Durchsetzungsfähigkeit bzw. Handlungsmöglichkeiten haben, aber auch manchmal größere Herausforderungen meistern müssen, widerspricht dem nicht. Dazu werden in der schriftlichen Befragung zahlreiche Fragen formuliert, die diese übergeordnete Frage operationalisieren. Die im Rahmen der schriftlichen Befragung generierten Ergebnisse werden in den Tiefeninterviews hinterfragt und validiert. Dort eröffnet sich die Möglichkeit, direkt mit den Jugendlichen über ihre Empfindungen rund um Fernsehen, ihre Lieblingshelden und ihre Schlussfolgerungen aus dem Gesehenen zu sprechen. Und vor allem können in diesem Zuge grundsätzliche Positionen der Jugendlichen gezielt erfragt und Verhaltenstendenzen und Persönlichkeitsfaktoren diskutiert und beobachtet werden.

Die zentrale Frage dieser Untersuchung wird in erster Linie anhand der psychologischen Erklärungsmodelle zu beantworten sein, allen voran den Modellen der Transaktionsanalyse. In diesem Zuge soll hier ausgehend von konkreten Fragen zur Mediennutzung über bestimmte Fragen zu Medienwirkungen hin zu allgemeineren Überlegungen zur Identitätsbildung durch Medien gearbeitet werden. Betrachtet man innerhalb des Gesamtsystems alle einzelnen Phänomene im übergreifenden Kontext, so schließt sich der Kreis, von den durch seine Umwelt geprägten Handlungen und Erfahrungen des Individuums über dessen Wahrnehmung seiner sozialen Umgebung bis hin zu Auswirkungen auf die Gesellschaft, die wiederum die Individuen in ihr prägt.



## **4.2 Zentrale Hypothesen**

Die zentralen Hypothesen im Hinblick auf die Wahrnehmung und Bewertung der Fernsehhelden durch die Jugendlichen besagen, dass die Jugendlichen bei dieser Bewertung ihre persönlichen Lebenseinstellungen zum Maßstab machen und einerseits danach ihre Helden wählen und andererseits sich selbst ähnlich einschätzen wie ihre Helden, sei es in weniger ausgeprägter Form. Natürlich ist den Jugendlichen klar, dass sie nicht dieselben Lebensbedingungen haben wie ihre Helden und auch nicht dieselben Rahmenbedingungen. Dennoch ist davon auszugehen, dass es zwischen der Selbsteinschätzung der befragten Jugendlichen und der Einschätzung ihrer Idole einen Zusammenhang gibt. Zwischen diesen Einschätzungen wird eine enge Wechselwirkung vermutet. Die wesentlichen Fragen für die Hypothesen bezüglich der Lebenseinstellungen der Jugendlichen und ihrer Bewertung ihrer Helden sind die Fragen im hinteren Abschnitt des Fragebogens, in denen die Selbsteinschätzung der Jugendlichen und die Einschätzung ihrer Helden direkt verglichen werden können, da die Antwortbatterien analog aufgebaut sind. Anhand dieser Antwortbatterien wird ein Ausschnitt aus dem Bezugsrahmen der Jugendlichen bezüglich ihrer Fernsehhelden und ihrer selbst im Vergleich abgebildet.

Aus diesen Frage- bzw. Antwortbatterien können in einem zweiten Schritt anhand der Transaktionsanalyse persönlichkeitsbeschreibende Indikatoren generiert werden, etwa Persönlichkeitstypen, Problemlösungsstrategien, Erfolgserwartungen oder bevorzugte Handlungsmuster. Diese inneren Vorgänge sind operationalisierbar, ebenso wie die dahinterliegenden Wünsche und Überzeugungen. Damit ist die wichtigste Voraussetzung zur empirischen Untersuchung innerpsychischer Mechanismen, die sich nicht direkt beobachten oder messen lassen, geleistet. Diese Konzepte lassen sich sprachlich nicht immer 1:1 operationalisieren, hier ist eine Transferleistung gefragt, die die psychologische Terminologie auf die sprachlichen Möglichkeiten und Äußerungen der Jugendlichen abbildet. Auch ist es nicht sinnvoll, alle bekannten Ausprägungen einzeln abzubilden, vielmehr scheint es geboten, geeignete Cluster im Sinne von Typisierungen zu bilden. Das ist auch leistbar im Hinblick auf die Erhebung der Einschätzung der Jugendlichen anhand eines schriftlichen Fragebogens.

## **4.3 Übersicht über die Forschungsfragen und Hypothesen der Studie**

Die Fragen im Rahmen dieser Studie lassen sich auf vier verschiedene Blöcke aufteilen, zuerst geht es um die Fernsehgewohnheiten und die Fernseherlebnisse der Jugendlichen, dann um die Fragen zu den Persönlichkeitsmerkmalen und sozialen Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden (siehe Mind Map Fernseherlebnisse von Jugendlichen im Anhangsband).

## **1. Fernsehgewohnheiten**

(Schwerpunkt Befragung, Fragen 7, 9, 10, 12, 13 und Gesprächsabschnitte 3 und 4 Gesprächsleitfaden)

- Forschungsfrage 1.1: Wann sehen die Jugendlichen am liebsten fern?
- Forschungsfrage 1.2: Mit wem sehen die Jugendlichen fern?
- Forschungsfrage 1.3: Welche sozialen Rituale pflegen die Jugendlichen in der Kommunikation über ihren Medienkonsum?
- Forschungsfrage 1.4: Was sehen die Jugendlichen am liebsten?

## **2. Fernseherlebnisse**

(Schwerpunkt Befragung, Fragen 6, 8, 14 und 17 und Gesprächsabschnitte 4 und 8 Gesprächsleitfaden)

- Forschungsfrage 2.1: Welche Personen/Charaktere in den Medienangeboten sind wichtig?
- Forschungsfrage 2.2: Welche emotionalen Wünsche haben die Jugendlichen an ihr Medienangebot?
- Forschungsfrage 2.3: Was erleben die Jugendlichen emotional beim Fernsehen mit ihren Lieblingsserien und -helden?

## **3. Persönlichkeitsmerkmale der Jugendlichen und ihrer Helden im Vergleich**

(Schwerpunkt Befragung, Fragen 15, 16 und 18 bis 25, und Gesprächsabschnitte 4, 6 und 7 Gesprächsleitfaden)

- Forschungsfrage 3.1: Welche Heldentypen wählen die Jugendlichen bevorzugt? Wählen sie eher Helden, die ihnen selbst ähnlich sind oder wählen sie eher ihre Antitypen?
  - Hypothese: Sie wählen eher Typen, die ihnen ähnlich sind.
- Forschungsfrage 3.2: Welche Stärken, Eigenschaften, Gedanken, Erlebnisse, welches Verhalten suchen die Jugendlichen bei ihren Helden und welche haben sie selbst im Vergleich?
  - Hypothese: Die Einschätzungen für Helden und Jugendliche sind analog, wenn auch unterschiedlich ausgeprägt. Je stärker die Jugendlichen bestimmte Merkmale selbst zeigen, desto stärker suchen sie diese auch bei ihren Helden.
  - Hypothese: Die Ausprägungen der Werte für die Helden sind häufig höher als bei den Jugendlichen selbst.

- Forschungsfrage 3.3: Wie unterscheiden sich die Bewertungen von Mädchen und Jungen bezüglich ihrer Helden und sich selbst?
- Forschungsfrage 3.4: Wie unterscheiden sich die Bewertungen von Haupt-, Real-  
schülern und Gymnasiasten bezüglich ihrer Helden und sich selbst?
- Forschungsfrage 3.5: Welche Persönlichkeitstypen an Helden bevorzugen die  
Jugendlichen? Welche Typen sind sie selbst?
  - Hypothese: Jugendliche bevorzugen die Typen, die ihren eigenen Tendenzen entsprechen. Je stärker die Jugendlichen bestimmte Persönlichkeitstypen repräsentieren, desto mehr suchen sie diese auch bei ihren Helden.
- Forschungsfrage 3.6: Welche Beziehungsmuster dominieren bei ihren Helden?  
Welche Beziehungsmuster pflegen die Jugendlichen selbst?
  - Hypothese: Bei den Helden dominieren dieselben Beziehungsmuster wie bei den Jugendlichen. Je stärker die Jugendlichen bestimmte Beziehungsmuster zeigen, desto mehr suchen sie diese auch bei ihren Helden.
- Forschungsfrage 3.7: Welche Problemlösungsmuster und -strategien bevorzugen  
die Jugendlichen an ihren Helden? Welche bevorzugen sie selbst?
  - Hypothese: Die Jugendlichen bevorzugen die Muster und Strategien, die sie selbst an den Tag legen. Je stärker die Jugendlichen bestimmte Problemlösungsmuster/-strategien zeigen, desto mehr suchen sie diese bei ihren Helden.
- Forschungsfrage 3.8: Welche Lebenspositionen schreiben die Jugendlichen ihren  
Helden zu und welche Lebenspositionen lassen sie selbst erkennen?
  - Hypothese: Die Jugendlichen schreiben ihren Helden dieselben Lebenspositionen zu wie sich selbst. Je stärker die Jugendlichen bestimmte Lebenspositionen repräsentieren, desto mehr suchen sie diese auch bei ihren Helden.
  - Hypothese: Die Lebenspositionen sind bei den Helden tendenziell stärker ausgeprägt als bei den Jugendlichen selbst.
- Forschungsfrage 3.9: Welche Antreiber sehen die Jugendlichen bei ihren Helden?  
Welche haben sie selbst?
  - Hypothese: Die Jugendlichen sehen bei ihren Helden dieselben Antreiber wie bei sich selbst. Je stärker die Jugendlichen bestimmte Antreiber repräsentieren, desto mehr suchen sie diese auch bei ihren Helden.

- Hypothese: Die Antreiber sind bei den Helden tendenziell stärker ausgeprägt als bei den Jugendlichen selbst.
- Forschungsfrage 3.10: Welche Einschärfungen schreiben die Jugendlichen ihren Helden zu? Welche sich selbst?
- Hypothese: Die Jugendlichen schreiben ihren Helden dieselben Einschärfungen zu wie sich selbst. Je stärker die Jugendlichen bestimmte Einschärfungen repräsentieren, desto mehr suchen sie diese auch bei ihren Helden.
- Hypothese: Die Einschärfungen sind bei den Helden tendenziell stärker ausgeprägt als bei Jugendlichen selbst.

#### **4. Soziale Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden**

(Schwerpunkt Tiefeninterviews und Fragen 26, 27 im Fragebogen, teilweise auch Fragen 15, 16 und 18 bis 25 im Fragebogen)

- Forschungsfrage 4.1: Welcher Heldentypus und welche persönlichen und sozialen Muster dominieren bei den Helden der Jugendlichen?
- Forschungsfrage 4.2: Was projizieren die Jugendlichen in diese Muster?
- Forschungsfrage 4.3: Wie identifizieren sich die Jugendlichen mit ihren Helden?
- Forschungsfrage 4.4: Was macht einen Helden aus und wovon grenzen sich die Jugendlichen ab?
- Forschungsfrage 4.5: Wie beurteilen die Jugendlichen ihre Helden in Bezug auf ihren Alltag? Können Fernsehhelden ein Vorbild sein?
- Forschungsfrage 4.6: Wie beurteilen sie ihre Lieblingshelden als soziales Rollenmodell? Kann man aus Fernsehserien etwas lernen?

## **5. Methodologie dieser Studie**

Im Anschluss an die Fragen und Hypothesen werden nun die Methoden und die Operationalisierung im Rahmen dieser Studie genauer beschrieben, um die Vorgehensweise im Detail transparent zu machen. Die Fragestellung der Untersuchung erfordert – neben der quantitativ orientierten Basis – in jedem Fall ein Untersuchungsdesign, das auch qualitative Methoden einbezieht. Die zu erhebenden Daten sind mit einem ausschließlich quantitativ orientierten Ansatz nicht angemessen zu erfassen. Dennoch soll zuerst der Forderung nach Quantifizierbarkeit entsprochen und gemäß der Möglichkeiten im Rahmen der Fragestellung quantitativ gearbeitet werden, um der Untersuchung breitere Gültigkeit zu verschaffen.

So wurde in einem ersten Schritt als quantitative Erhebung eine Befragung an bayerischen Schulen durchgeführt. Es folgte eine Reihe von leitfadengestützten Tiefeninterviews, welche auf den Fragestellungen und Ergebnissen aus der vorangegangenen quantitativen Befragung aufbauen. Im Zuge dieser Interviews wurde mit den Versuchspersonen auch gemeinsam ferngesehen, um einen unmittelbaren Eindruck von ihrem Erleben dabei zu erlangen. Hierfür wurde auf Basis der Ergebnisse der Befragung speziell zusammengestelltes Untersuchungsmaterial genutzt (siehe Fragebogen und Gesprächsleitfaden im Anhangsband).

Konkret bedeutet dies, dass in mehreren Schritten eine Kombination verschiedener Methoden erfolgt, die aufeinander aufbauen und im Sinne des Konzepts der Triangulation integriert werden. Triangulation ist mittlerweile ein anerkanntes Konzept für die Kombination und Verflechtung verschiedener Methoden in der Medienforschung und -pädagogik. Den antagonistischen Methodenstreit zwischen quantitativen und qualitativen Methoden weiterzuführen, ist nicht nur unergiebig, sondern auch schädlich für die Entwicklung integrativer Ansätze. Denn gerade diese scheinen geeignet, auf wichtige Fragen in der Medienforschung Antworten zu liefern (vgl. dazu Paus-Haase 2000, S. 16). Daher wird der Antagonismus zwischen quantitativen und qualitativen Methoden im Folgenden nur kurz behandelt.

### **5.1 Quantitatives vs. qualitatives Vorgehen**

Im Hinblick auf Methoden gibt es mehrere Lager in der Kommunikationswissenschaft, die sich häufig nicht sehr versöhnlich gegenüberstehen (Häder 2010, S. 66). Da gibt es die Verfechter der quantitativen Methoden, die seit langem die Mehrheit im Fach bilden und die Diskussion deutlich dominieren. Dann gibt es die Vertreter der qualitativen Methoden, die sich aus dem Schatten der quantitativen Methoden heraus zu kämpfen versuchen. Und es gibt diejenigen, die für ein gleichberechtigtes Nebeneinander oder eine Kombination der beiden

Methodengruppen eintreten (vgl. z.B. Bortz & Döring 2006, S. 306; Flick 2005, S. 25 ff.). Diese Studie ist letzterer Gruppe zuzuordnen und tritt für die Methodenintegration ein.

Die quantitativen Methoden orientieren sich an den Naturwissenschaften und dominieren das Fach seit der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, als mit der parallelen Entwicklung der Hypothesenprüfung (Popper 2001) und den dazugehörigen Testverfahren in der Statistik das Handwerkszeug für die hypothesenprüfende Forschung zur Verfügung stand (Bortz & Döring 2006, S. 22). Mithilfe dieser Verfahren war es möglich, diese Art von Forschung in den Sozialwissenschaften zu adaptieren, indem man statt nomothetischer Gesetze probabilistische Aussagen verwendete (vgl. Brosius et al. 2012, S. 9). Seitdem sind die quantitativen Methoden vorherrschend im Fach (Meyen et al. 2011; S. 13 ff.).

Zu dieser Zeit gab es zwar mit der Hermeneutik und der Phänomenologie auch schon qualitative Methoden, aber erst mit dem Aufkommen von symbolischem Interaktionismus (Mead 1934, Blumer 1969a, 1969b) und Ethnomethodologie (Garfinkel 1967, 1986) entstand eine nennenswerte Gegenbewegung im qualitativen Lager. Die Methoden, die in diesem Zuge primär verwendet wurden, waren teilnehmende Beobachtung und qualitatives Experiment. Ab den 1970er Jahren wurden die qualitativen Methoden in Deutschland als eigenständige Methodenströmung forciert (Bortz & Döring 2006, S. 303 ff.). Seitdem haben sie sich von einer Nischendisziplin zu einem ernstzunehmenden Forschungsfeld entwickelt, das zwar in der Minderheit, aber dennoch im Fachverband offiziell repräsentiert ist und deutlich wahrgenommen wird (Meyen et al. 2011, S. 13 ff.). Zu den am häufigsten verwendeten qualitativen Methoden gehören heute vor allem qualitative Befragung, Gruppendiskussion und qualitative Inhaltsanalyse. Im Rahmen der handlungstheoretischen Ansätze werden auch objektive oder strukturelle Hermeneutik, Konversationsanalyse (Neumann-Braun 2005) und die (medien)biografische Methode (Sander & Lange 2005; Barthelmes & Sander 1999, 2001) verwendet.

Nun sollten Methoden vor allem nach dem Untersuchungsgegenstand und der Fragestellung ausgewählt werden und weniger nach einer wissenschaftstheoretischen Anschauung. Zwar lässt sich das nur bis zu einem gewissen Grad trennen, dennoch ist eine Verschiebung der Perspektive an dieser Stelle angebracht. Um die richtigen Methoden für eine Studie zu finden, ist es sinnvoll, sich die Stärken und Schwächen der jeweiligen Methoden vor Augen zu halten, vor allem im Hinblick auf das jeweilige Untersuchungsinteresse. Die Stärken der quantitativen Methoden sind die Möglichkeit, große Fallzahlen zu verarbeiten, die Standardisierung der Methoden mit allgemeingültigen Gütekriterien, Repräsentativität und Verallgemeinerungsfähigkeit. Studien dieser Art sind für Fragestellungen, wie sie in dieser Untersuchung verfolgt werden, bisher Mangelware. Die Stärken der qualitativen Methoden sind dagegen die Betrachtung der untersuchten Gegenstände im Kontext und die sinnhafte Rekonstruktion des Geschehens. Hier können komplexe Vorgänge in ihrer Tiefe und Bedeutung

und in Verbindung mit Hintergrundinformationen betrachtet werden (Brosius et al. 2012, S. 4; Meyen et al. 2011, S. 45 f.). Dazu gibt es – vor allem in der handlungstheoretischen Tradition – eine Reihe von Studien zur Medienaneignung von Kindern und Jugendlichen.

Bereits diese kurze Gegenüberstellung lässt erahnen, dass die beiden Methodengruppen sich nicht gegenseitig ausschließen, sondern vielmehr ergänzen sollten, um möglichst tiefe und breite Erkenntnisse zu gewinnen (vgl. Jick 1983, S. 135). Was Solms & Turnbull (2007) für die Neurowissenschaften und die Psychoanalyse postulieren, kann auch für die Sozialwissenschaften angenommen werden:

„Wenn wir das Argument akzeptieren, dass der mentale Apparat gleichzeitig unter zwei verschiedenen Blickwinkeln beobachtet werden kann – nämlich erstens als materielles Objekt und zweitens als subjektives Gewahrsein –, dann liegt es auf der Hand, dass wir durch die Integration unserer Untersuchungsmethoden nichts zu verlieren, sehr wohl aber etwas zu gewinnen haben.“ (Solms & Turnbull 2007, S. 92).

Häder (2010) geht einen Schritt weiter und will die beiden Methodengruppen gar nicht trennen können: „So ist festzuhalten, dass es strenggenommen rein qualitative Forschung ebenso wenig gibt wie einen rein quantitativen Ansatz. Qualität und Quantität bilden vielmehr stets eine Einheit. [...] Ein prinzipieller Gegensatz zwischen den beiden Forschungsansätzen braucht von daher zunächst nicht angenommen zu werden.“ (Häder 2010, S. 66-67) Genaue Kriterien zur Abgrenzung zwischen qualitativen und quantitativen Methoden sind allerdings kaum zu finden (vgl. Findl 2005, S. 5), im Grunde findet die Abgrenzung immer auf der Ebene der „Paradigm-Wars“ (Lincoln & Guba 1985, zitiert nach Flick 2008, S. 74), statt.<sup>29</sup> Die Methoden selbst und die Qualität der Daten scheinen nicht entscheidend zu sein.

## **5.2 Auswahl der Methoden für diese Studie**

Das erschwert es für eine Studie wie diese, die richtigen Methoden zu finden, wenn man nicht in die oben genannten kriegerischen Auseinandersetzungen eintreten möchte. Doch was ist der entscheidende Unterschied, abgesehen von der Isolierung von Merkmalen versus der Kontextbezogenheit von Informationen? Um mit Meyen zu sprechen: „Subjekt ja oder nein – das ist der Knackpunkt, an dem sich die Geister scheiden.“ (Meyen et al. 2011, S. 34) Die quantitative Sozialforschung vernachlässigt den Forscher als wesentlichen Faktor bei der Generierung von Wissen und konzentriert sich auf einzelne Aspekte des Untersuchungsgegenstands, auch wenn es sich um Menschen handelt. Die qualitative Sozialforschung dagegen stellt den Forscher und/oder den zu untersuchenden Menschen – je nach-

<sup>29</sup> Streng genommen gibt es in der Kommunikationswissenschaft kein Paradigma im klassischen Sinne (vgl. Steiniger & Rummel 2015, S. 97). Allerdings gibt es die Ansicht, dass die quantitativ orientierten Methoden, die in der Kommunikationswissenschaft den Mainstream darstellen, indirekt ein beherrschendes „Paradigma“ vorgeben: „Weil alle quantitativen Vorgehensweisen von der Operation des Messens ausgehen, sich an formaler Logik und Mathematik orientieren und im Prinzip gleichartig angelegt sind, kann man auch von einem einheitlichen formallogisch-mathematischen Paradigma in der Sozialforschung sprechen. Dessen theoretischer Ertrag konzentriert sich dabei auf das Testen vorhandener Hypothesen.“ (Krotz 2005b; S. 11)

dem ob wir eher einen konstruktivistischen oder handlungstheoretischen Hintergrund voraussetzen – mit seiner subjektiven Sicht in den Mittelpunkt.

Also taucht wieder der wissenschaftstheoretische Hintergrund als dominierender Faktor auf bis hin zur Forderung eines eigenen „interpretativen Paradigmas“ für die qualitativen Methoden (Mayring 2002, S. 10). Auch bei Lamnek werden Methodologie und Methoden aus der Wissenschaftstheorie abgeleitet (Lamnek 2010, S. 44) und auch handlungstheoretische Ansätze binden ihren wissenschaftstheoretischen Blick exklusiv an bestimmte Methoden: Qualitative Forschung interessiert sich dafür, „warum und wie beispielsweise eine kommunikative Aneignung vor sich geht. Dabei stehen in die Tiefe gehende Einsichten und nicht repräsentative und generalisierbare Daten im Vordergrund.“ (Prommer & Mikos 2005, S. 193; vgl. Charlton 1997, S. 31.) Nach Krotz unterstellen qualitativ konnotierte Handlungstheorien ein „Konzept von Handeln auf der Basis von subjektiver Sinnkonstruktion“ (Krotz 2005a, S. 42). In diesen Konzepten „muss wissenschaftliche Empirie Kommunikation in ihrem Ablauf rekonstruieren und dabei die Konstitution von Sinn und Bedeutung durch die handelnden Subjekte im Blick haben.“ (Krotz 2005a, S. 42) Und das ist für ihn „nur mit qualitativen Erhebungs- und Auswertungsmethoden möglich, die grundsätzlich von einer gemeinsamen Wirklichkeit von Forscher und Beforschten ausgehen, durch die Forschung nicht behindert oder verfälscht, sondern erst möglich wird.“ (Krotz 2005a, S. 42)

Wenn nun schon von der Konstruktion von Sinn und Bedeutung durch Subjekte die Rede ist, stellt sich schließlich die Frage, wieso diese Studie nicht im Konstruktivismus verwurzelt ist<sup>30</sup>. Aus einer konstruktivistischen Sichtweise würde man die im vorangegangenen Abschnitt angeführten „Merkmale“, die in dieser Studie möglichst objektiv<sup>31</sup> untersucht werden, sicher nicht als solche bezeichnen (Schmidt 1992), sondern als „kommunikative Selbstbeschreibungen“ von „Selbstbeobachtungen“ der Untersuchungsteilnehmer (Scholl 2002, S. 41-42). Das würde aber nichts am Ergebnis der Auswertung ändern und auch nicht wesentlich an der Interpretation. Zumal psychologische Prozesse, die sich mit un- oder semibe-

---

30 Die verschiedenen Ansätze im Konstruktivismus (von Glasersfeld, 1985.; Krippendorf 1983; Luhmann 1981; Maturana & Varela 1987, Schmidt 1993) gehen alle davon aus, dass unsere Wahrnehmung nicht primär durch die Sinnesorgane, sondern vielmehr durch das Gehirn vollzogen wird. Das Gehirn empfängt von den Sinnesorganen bzw. den Nerven, die deren Informationen überbringen, nur unspezifische Impulse, denen erst durch unser Gehirn Bedeutung im Sinne von Interpretation dieser Informationen zugewiesen werden muss (Schmidt 1994a). Daraus schließt man, dass die Welt nicht durch die Wahrnehmung abgebildet wird, sondern immer in diesem Sinne konstruiert wird, auf der Grundlage schon gemachter Erfahrungen und Festlegungen. Mit Konstruktion hier ist aber nicht gewolltes und geplantes Denken oder Handeln gemeint, sondern Prozesse, in denen permanent unbewusst Wirklichkeit erzeugt wird, „und zwar keineswegs willkürlich, sondern gemäß den biologischen, kognitiven und sozialen Bedingungen, denen sozialisierte Lebewesen in ihrer sozialen und natürlichen Umwelt unterworfen sind.“ (Schmidt 1994b, S. 5; Burkart 1995, S. 291). „Die Welt ist ihnen also nur kognitiv zugänglich.“ (Luhmann 1990, S. 41; von Weizsäcker 1977).

<sup>31</sup> Versteht man Objektivität als eine möglichst genaue Wiedergabe der Realität (als beobachterunabhängige wohlgeordnet), so müsse man diese erst kennen, nachdem dieses aber nicht möglich ist, ist dieses Objektivitätskriterium hinfällig (Schmidt 1983, S. 116). Ernst von Glasersfeld sieht das Grundprinzip eines Objektivitätsbegriffs darin, dass ein Individuum anderen Individuen in Anwendung und Konstruktion der Verhaltensschemata die eigenen Methoden unterstellt und deren Übereinstimmung prüft. Ist sie gegeben, so entsteht Objektivität (von Glasersfeld 1994).



wussten Vorgängen oder Emotionen befassen, im Konstruktivismus kaum Beachtung finden.<sup>32</sup> Die Erträge dieser Studie drehen sich primär um subjektive Bewertungen von Jugendlichen und deren Wertmaßstäbe. Das sind subjektiv erzeugte Sinnkonstrukte, die sinnhaft verstanden werden müssen. Dennoch können sie adäquat operationalisiert, per Befragung erhoben und per Statistik gezählt und ausgewertet werden. Sie lassen sich sowohl mit der Definition des „Merkmals“ eines denkenden, fühlenden und handelnden Menschen sowie mit der Definition der „kommunikativen Selbstbeschreibung“ eines (Selbst-)Beobachters oder der „Konstitution von Sinn“ durch ein handelndes Subjekt vereinbaren. Denn die Qualität des Konstrukts bleibt im Kern dieselbe, auch wenn man es aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet. In dieser Studie geht es also nicht um „Objektivität als Erfassung einer beobachterunabhängigen Realität“ (Schmidt 1994, S. 617), sondern um ein sozial vermitteltes Verständnis von subjektiven Einschätzungen. Diese werden mittels empirischer Methoden erhoben, deren Anwendung nicht an ein bestimmtes Forschungsparadigma gebunden ist.

Ausgeblendet wird bei dieser Diskussion die Rolle der Theorien, die in einer Untersuchung angewendet werden und maßgebend sind für das, was und wie es untersucht werden kann. Dieser wesentliche Faktor, der zwischen dem wissenschaftstheoretischen Hintergrund und der Wahl der Methoden steht, darf weder bei den quantitativen noch bei den qualitativen Methoden vernachlässigt werden, da er quasi die Brille vorgibt, mit der der Wissenschaftler auf den Ausschnitt der Welt sieht, den er untersuchen will. Die Theorie ist damit auch die Brücke zwischen dem Wissenschaftler und seinem Untersuchungsgegenstand und damit auch zu den Methoden, die er in diesem Zusammenhang verwendet (vgl. Meyen et al. 2011, S. 33 ff.). Für diese Studie wird daher aus dem Forschungsinteresse und den verwendeten Theorien auf die zu verwendenden Methoden geschlossen. Es gibt auch dann mehrere Möglichkeiten für Methodendesigns, aber zumindest sind diese für das jeweilige Vorhaben unmittelbar theoretisch begründet und zielführend.

Für den quantitativen Teil wurde hier die schriftliche Befragung gewählt, weil damit größere Fallzahlen erreicht werden können und weil innere Vorgänge, die sich nicht direkt beobachten lassen, für ein Experiment schwer zu operationalisieren sind. Eine Inhaltsanalyse eignet sich für die hier vorliegende Fragestellung als Primärerhebung ebenfalls nicht. Herausforderungen für die Befragung sind allerdings die sprachlich adäquate Umsetzung der Fragen für Jugendliche und die Fassung von innerpsychischen Vorgängen in sprachliche Äußerungen. Die Transaktionsanalyse leistet hier als theoretischer Hintergrund gute Dienste,

---

<sup>32</sup> Obwohl gelegentlich von prominenten Vertretern die Bedeutung von Emotionen gewürdigt und betont wird (Alfes 1995; Riegas & Vetter 1990; Schmidt 1994b), spielen Emotionen im Konstruktivismus kaum eine Rolle, ganz im Gegensatz zu Kognitionen, um die sich nahezu alles zu drehen scheint. Empirische Forschung zu diesbezüglichen Fragen ist im Konstruktivismus daher bisher kaum betrieben worden und so ist die konstruktivistische Theorie wenig empirisch orientiert. Die konstruktivistische Theorie ist damit wenig praktikabel für Studien wie die hier vorliegende. Eine konkrete theoretische und methodologische Umsetzung dieses Paradigmas in der empirischen Forschung muss erst noch erarbeitet werden und sich in der Praxis bewähren.

weil sie mit ihrer Terminologie nahe an der Alltagssprache und damit relativ gut verständlich ist. (Details zur Umsetzung finden sich im Abschnitt „Schriftliche Befragung“.)

Für den zweiten Untersuchungsschritt dieser Studie wurden Tiefeninterviews gewählt, weil damit die Möglichkeit besteht, einzelne Aspekte tief zu hinterfragen. Innere psychologische Vorgänge, wie sie mit den sozial- und tiefenpsychologischen Theorien betrachtet werden, müssen differenziert analysiert werden. Genau das war nach der breiten und strukturierten Erhebung per Fragebogen wichtig. Alternativ wären hier auch Gruppendiskussionen in Frage gekommen, damit wäre ein Gespräch mit Jugendlichen noch leichter in Gang zu bringen gewesen, allerdings wären damit die Möglichkeiten zur individuellen Tiefenanalyse eingeschränkter gewesen als im Tiefeninterview. Das gemeinsame Fernsehen im Rahmen des Tiefeninterviews hat den qualitativen Untersuchungsabschnitt abgerundet und es ermöglicht, die Reaktion der Jugendlichen auf das Material direkt zu beobachten und konkrete Aspekte zu diskutieren, die sonst nicht greifbar gewesen wären. (Details zur Umsetzung finden sich im Abschnitt „Tiefeninterviews“.)

### **5.3 *Triangulation***

Nun stellt sich noch die Frage, wie die beiden Untersuchungsschritte möglichst gewinnbringend zu kombinieren sind, damit sie nicht nur lose aneinandergereiht werden, sondern ein Mehrwert aus der Kombination zweier Methoden entsteht. Eine Möglichkeit, verschiedene sozialwissenschaftliche Methoden gewinnbringend zu kombinieren, wird unter dem Stichwort Triangulation diskutiert, verstärkt seit den 1970er Jahren, beginnend mit der Konzeption von Norman Denzin (1970). Doch was versteht man unter Triangulation?

„Darunter wird verstanden, dass gezielt Forschungsperspektiven und Methoden miteinander kombiniert werden, die geeignet sind, möglichst unterschiedliche Aspekte eines Problems zu berücksichtigen [...] Dies gilt vor allem dann, wenn es heißt, die Sicht eines Subjekts zu verstehen, und dies mit der Beschreibung der Lebenswelt, in der es agiert, zu verbinden.“ (Paus-Haase 2000, S. 21)

Und was leistet Triangulation im Vergleich zu einer herkömmlichen Kombination von Methoden innerhalb eines Untersuchungsdesigns?

„Mit Hilfe der Triangulation – so der heute gebräuchliche Terminus für die Betrachtung eines Forschungsgegenstandes aus unterschiedlichen Blickwinkeln, seien es nun Methoden, Theorien, Wissenschaftsdisziplinen, Daten, Forscher oder Kontexte – gelingt der Blick hinter die Kulissen der sonst nur auf einer Phänomenebene erfassbaren und darstellbaren Ergebnisse und Erkenntnisse der Medienrezeptionsforschung.“ (Kutschera 2001, S. 185)

Dieses Statement ist sehr optimistisch gefasst, dennoch ist das Prinzip der Triangulation aus der heutigen Diskussion der qualitativen Medienforschung und der Medienpädagogik nicht mehr wegzudenken. Auch mit Hilfe der Triangulation ist der Blick hinter die Kulissen nicht problemlos, doch das Konzept der Verknüpfung verschiedener Methoden, insbesonde-

re quantifizierender und qualitativer, wird in dieser Studie im Sinne von Integration verstanden, die schließlich zu einem Mehrergebnis führt, und genau hier liegt die Stärke des Konzepts. Die Stärken jeder einzelnen Methode bleiben in der Triangulation bestehen, die Schwächen der einzelnen Methoden können jedoch durch die Kombination zumindest teilweise kompensiert werden. Das Prinzip der Triangulation wird in dieser Arbeit auf verschiedenen Ebenen angewandt, so auf der theoretischen Ebene, auf der Ebene der Datenerfassung und -interpretation sowie auf der Methodenebene. Im Grunde wird in dieser Studie darüber hinaus eine integrative Verknüpfung von Ansätzen aus verschiedenen Fachdisziplinen vollzogen, also nach Abel, Möller und Treumann (1998) eine interdisziplinäre Triangulation, die sich allerdings übereinstimmend mit Paus-Haase auch unter die theoretische Triangulation subsummieren lässt.

Lediglich auf der Forscher-Ebene ist in diesem Fall die Anwendung des Prinzips der Triangulation nicht möglich, da es den Anforderungen an eine solche Arbeit zuwiderlaufen würde, einen Teil der Arbeit im Feld und bei der Auswertung zu delegieren. Im Prinzip wird dieser Aspekt erst bei den Tiefeninterviews wirklich relevant, denn hier sind Datenerhebung und -interpretation stärker vom Forschenden abhängig als bei der schriftlichen Befragung. Deshalb wird bei den Tiefeninterviews durch eine wiederholte Auswertung des erhobenen Materials und eine Supervision zur Konzeption der Interviews durch eine kompetente Fachkraft für ein gewisses Maß an Kontrolle und intersubjektiver Überprüfbarkeit gesorgt (Abel et al. 1998, S. 156).

Aber genug der „Triangulationen“, innerhalb einer Studie werden verschiedene Methoden entweder kombiniert im Sinne eines Mehrwerts – oder eben nicht. Wenn ja, so ist zu begründen, worin der Mehrwert besteht und wie die Methoden integriert werden. Sie einfach nur neben- oder nacheinander zu stellen, ist noch keine Triangulation (vgl. Fromm 1990). Und hier gibt es ganz unterschiedliche Modelle der Methodenintegration, die auch unterschiedlich weit in ihrer Verschränkung gehen (vgl. Treumann 2005; vgl. hierzu und im Folgenden vor allem Flick 2005 und 2008). Bei dieser Verbindung sollen nun nicht wissenschaftstheoretische, sondern forschungspraktische Aspekte im Vordergrund stehen, also das technische Methodendesign. Es geht darum, wie sich qualitative und quantitative Methoden gegenseitig nützen können (Bryman 2004).

Qualitative und quantitative Forschung können gemeinsam genutzt werden, um ihre Ergebnisse wechselseitig zu prüfen und/oder zu ergänzen. Sie können sich gegenseitig bereichern, indem sie die Ergebnisse der jeweils anderen Methode stützen und gemeinsam ein umfassenderes und vollständigeres Bild ergeben. Durch unterschiedliche Zugänge können verschiedene Aspekte und Sichtweisen kombiniert werden und damit zu mehr und ergiebigeren Ergebnissen führen. Qualitative Methoden können den quantitativen mehr Interpretationsmöglichkeiten verschaffen, umgekehrt können quantitative Methoden den qualitativen

mehr Generalisierbarkeit erlauben (vgl. Hammersley 1996, Bryman 1988, 1992). Diese Aspekte sind auch der Hintergrund, warum in dieser Studie ein triangulatives Methodendesign gewählt wurde, genau dieser Mehrwert wird auch im Rahmen dieser Untersuchung mit der Kombination von geschlossener schriftlicher Befragung und offenen Leitfadeninterviews angestrebt.

Darüber hinaus gibt es Ansätze, die in ihren Integrationsbemühungen noch weiter gehen, beispielsweise die Mixed Methodologies (Tashakkori/Teddlie 2003a). Dieser Ansatz verfolgt einen sehr weitgehenden Anspruch, indem in jedem Untersuchungsschritt mehrere Ansätze kombiniert werden sollen und zudem Daten aus einer Methode in die andere transformiert werden sollen (Tashakkori/Teddlie 2003b). Dieser Anspruch geht für diese Studie zu weit und wird daher nicht weiter verfolgt, davon abgesehen macht es im Rahmen dieser Studie auch keinen Sinn, Daten aus einer Methode in die andere zu transformieren.

Daneben gibt es noch Ansätze, in denen integrative Forschungsdesigns quantitativer und qualitativer Methoden entwickelt werden sollen, die die Methoden ineinander verschränken. Dadurch soll die Erklärung statistischer Ergebnisse sowie die Identifikation von Variablen mittels qualitativer Methoden angestrebt werden, gleichzeitig die Fallauswahl für qualitative Stichproben durch quantitative Methoden und eine gegenseitige Methodenprüfung geleistet werden (Kelle 2007, S. 23). Auch dieses Szenario ist für diese Untersuchung nicht geeignet, in dieser Studie wird auf Ergänzung und gegenseitige Erweiterung und Vertiefung der Ergebnisse durch Triangulation gesetzt, ebenso auf eine Kombination von Perspektiven auf den Untersuchungsgegenstand. Nicht angestrebt wird eine Kombination im Sinne von Vermischung qualitativer und quantitativer Methoden innerhalb von einzelnen Untersuchungsschritten.

In dieser Untersuchung werden die beiden Methoden nacheinander kombiniert, aber trotzdem über den gemeinsamen Gegenstand und eine direkt korrespondierende Fragestellung unter einem Gesamtinteresse integriert. Damit sind Sinn und Ziel des Methodendesigns für diese Untersuchung klar umrissen, der Nutzen ergibt sich aus einer Erweiterung, Vertiefung und „Bestätigung“ der Ergebnisse durch den kombinierten Methodeneinsatz.

## **5.4 Schriftliche Befragung**

Der erste Schritt der Untersuchung besteht aus einer schriftlichen Befragung an verschiedenen Schulen in Bayern. Befragt wurden die Jugendlichen mit einem schriftlichen Fragebogen ohne detaillierte Hilfestellung durch einen Interviewer. Die Befragung war durch eine Genehmigung des bayerischen Kultusministeriums legitimiert und wurde jeweils in Absprache mit den Rektoren und beteiligten Lehrkräften durchgeführt. Die Jugendlichen haben die Fragebögen selbstständig ausgefüllt, vorher haben sie jeweils eine Einführung mit Aus-

füllanleitung durch die Erstellerin der Arbeit oder eine vorher entsprechend instruierte Lehrkraft erhalten.

#### **5.4.1 Fragen im Rahmen der schriftlichen Befragung**

Der Fragebogen ist in vier wesentliche Teile gegliedert (im Detail siehe Kapitel „Forschungsinteresse und Forschungsfragen“, Abschnitt „Übersicht über die Forschungsfragen und Hypothesen dieser Studie“). Die beiden ersten Fragenkomplexe beziehen sich auf den deskriptiven Teil der Befragung, der im Kapitel „Untersuchungsergebnisse“ unter Abschnitt „Deskriptive Ergebnisse und Stichprobenvalidierung“ beschrieben ist. Der dritte Fragenkomplex ist der entscheidende Teil für die quantitative Analyse zur Hypothesenprüfung, der im Folgenden näher beschrieben wird. Diese Ergebnisse werden zwar mit Hilfe der Tiefeninterviews evaluiert und vertieft, aber dennoch in der schriftlichen Befragung schwerpunktmäßig bearbeitet. Der vierte Fragenkomplex wird vorwiegend in den Tiefeninterviews bearbeitet und durch Ergebnisse aus der schriftlichen Befragung ergänzt. Das Vorgehen dazu wird im Abschnitt zu den Tiefeninterviews noch einmal im Detail dargestellt.

Die Konzeptspezifikation (vgl. Schnell et al. 2005, S. 128 ff.) im Folgenden wird insofern kurz gehalten, als nicht alle Begriffsdefinitionen hier ausführlich wiederholt werden. Die Begriffe und Variablen werden hier nur kurz und prägnant angegeben, da im Rahmen der Kapitel „Jugendliche und Medienhelden“ und „Transaktionsanalytische Theorie“ ausführliche Erläuterungen zu den verwendeten Begriffen und Konzepten zu finden sind.

#### **5.4.2 Operationalisierung**

Im Rahmen der schriftlichen Befragung werden damit die entscheidenden Informationen zum Bezugsrahmen (siehe Abschnitt „Bezugsrahmen“ im Kapitel „Transaktionsanalytische Theorie“) der Jugendlichen und ihrer darauf basierenden Vorlieben für Serienhelden erhoben. Anhand der Fragen 15, 16 und 18 bis 24 im Fragebogen (siehe Anhangsband) wurden anhand zahlreicher Indikatoren für die entsprechenden Variablen Daten erfasst, die den Bezugsrahmen der Jugendlichen und die Einschätzung zum Bezugsrahmen ihrer Fernsehhelden beschreiben. Damit wird es möglich, diese Einschätzungen mit den Selbsteinschätzungen der Jugendlichen zu vergleichen und eine Verbindung zwischen beiden herzustellen.

Die in dieser Studie betrachteten Merkmale sind keine äußeren Entitäten in dem Sinne, dass man sie direkt beobachten oder dem Personalausweis entnehmen könnte, ausgenommen einige demografische Angaben im deskriptiven Teil der Studie. Vielmehr handelt es sich um psychologische und soziale Prozesse, die entweder über berichtete Motive für beobachtbares Verhalten oder Auskünfte der Untersuchungsteilnehmer zu ihren Gedanken und Befindlichkeiten greifbar gemacht werden müssen. Insofern handelt es sich um geistige Konstrukte, die über geeignete Ausdrücke operationalisiert werden müssen, um überhaupt einer

empirischen Erhebungsmethode zugänglich gemacht werden zu können. Das wird im Fragebogen zu dieser Studie geleistet, indem ein Ausschnitt des Bezugsrahmens der Jugendlichen in aussagekräftige Statements zu übergeordneten Fragen gefasst und auf Zustimmung bzw. Ablehnung bei den Jugendlichen überprüft wird. Die übergeordneten Fragen beziehen sich auf die Stärken, Eigenschaften, Erlebnisse, Gedanken sowie das Verhalten der Jugendlichen und ihrer Fernsehhelden. Die Bewertungen der einzelnen Statements bilden jeweils Merkmale der Jugendlichen in Form von Inhalten des Bezugsrahmens. Die Fragenbatterien zu diesen übergeordneten Fragen sind analog aufgebaut, die Inhalte unterscheiden sich je nach Thema (ein Beispiel zu den Gedanken der Jugendlichen über sich und das Leben findet sich in Abbildung 4, der gesamte Fragebogen findet sich im Anhangsband).

**Abbildung 4: Ausschnitt aus dem Fragebogen zu den Gedanken der Jugendlichen über sich und das Leben**

**25. Wie denkst Du über Dich und das Leben?**

*Ich denke:*

	1 immer	2 oft	3 selten	4 nie
a) Ich bin der/die Beste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Man hat es nicht leicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Vertraue niemandem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Ich muss anderen helfen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Man ist nie gut genug	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Es gibt für alles eine Lösung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Man muss Leistung bringen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Zuneigung muss man sich verdienen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Schwäche zeigen wird bestraft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Jeder kann ein Feind sein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Ich bin in Ordnung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) Man ist immer allein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) Ich weiß, was ich tun muss	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) Ich kann nicht tun, was ich will	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o) Man weiß nie, was passiert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
p) Ich weiß, wozu ich hier bin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

In dieser Studie wird davon ausgegangen, dass die gesuchten Merkmale im Sinne der Sozialwissenschaften messbar sind und bis zu einem gewissen Grad verallgemeinert werden können. Ferner werden Hypothesen aufgestellt, die mittels geeigneter Verfahren über-

prüft werden<sup>33</sup>, speziell bei der Auswertung der schriftlichen Befragung wird mit statistischen Auswertungsverfahren gearbeitet, die eine Falsifikation der Hypothesen ermöglichen. Dieses Vorgehen entspricht dem aktuellen Stand der wissenschaftstheoretischen Debatte (Brosius et al. 2012, S. 24). Einem solchen Untersuchungsszenario liegt die Annahme zugrunde, dass empirische Merkmale anhand einer gemeinsamen Realität objektiv überprüft werden können. Objektivität und Realität sind allerdings nicht als absolute Tatsachen zu verstehen, sondern werden vielmehr über ein intersubjektiv nachvollziehbares Verständnis der untersuchten Merkmale und Zusammenhänge und der Theorien und Methoden zu ihrer Überprüfung generiert. Wissenschaftliche Beobachtungen sind also immer theoriegeleitet und können nur einen entsprechend wahrgenommenen Ausschnitt der Wirklichkeit betrachten (Bortz & Döring 2006, S. 304; Steininger & Hummel 2015, S. 79; Brosius et al. 2012, S. 16). Kausalitätsbeziehungen sind dabei vom Forscher angenommene Beziehungen, die plausibel, aber logisch nicht endgültig begründet werden können (Früh 2004; S. 15 ff.) bzw. „ein konstruktiver Akt des Forschers“ (Koschel & Bilandzic 2004, S. 55). Und ihre Objektivität besteht allem voran in der gegenseitigen Kontrolle und Kritik in der scientific community (Popper 1969, S.112) bzw. dem Ideal der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit (z.B. Brosius et al. 2012, Popper 1969, S.112).

### **5.4.3 Pretest und Verständlichkeit des Fragebogens**

Der Fragebogen wurde im Vorfeld der Befragung im Rahmen eines Pretests mit einigen Jugendlichen aus der entsprechenden Altersgruppe (von Mädchen und Jungen) getestet, um sicherzustellen, dass die Anforderungen für die Befragten nicht zu hoch sind und die Fragen gut verstanden werden. Alle Testpersonen konnten den Fragebogen nach Anleitung, aber ohne Hilfestellung gut ausfüllen, ohne weitere Rückfragen stellen zu müssen. Auch der zeitliche Aufwand war im erwarteten Rahmen. Die Rückmeldungen der Jugendlichen aus dem Pretest bestätigten, dass die Anforderung gut zu bewältigen ist, der Fragebogen sollte aber nicht komplexer oder länger sein, da die Begeisterung für die Teilnahme dann wohl spürbar nachgelassen hätte.

Auch die Rückmeldungen nach der Befragung an den Schulen waren positiv, die meisten Jugendlichen hatten keine Probleme beim Ausfüllen des Fragebogens. Die Fragebögen, die sehr unvollständig ausgefüllt waren, sodass nicht nur einzelne Statements, sondern insbesondere ganze Passagen an Antworten fehlten, wurden nicht in die Auswertung einbezogen. Allerdings handelte es sich hier um wenige Einzelfälle. Ein Kind gab den Fragebogen außerdem zurück mit dem Hinweis, dass seine Familie zuhause keinen Fernseher besitzt und kein

<sup>33</sup> Im kritischen Rationalismus werden Hypothesen als allgemeingültige Aussagen (Allaussagen) nach der Struktur „Wenn..., dann...“ oder „Je..., desto“ formuliert. Dann werden Einschränkungen vorausgesetzt, in der der Hypothese entsprechende Randbedingungen angenommen werden. Diese sog. deduktiv-nomologische Erklärung ist eine positiv formulierte Behauptung, die empirisch überprüfbare Komponenten enthalten muss (vgl. Schnell et al. 2005, S. 57 ff.; Koschel & Bilandzic 2004, S. 42).

Fernsehen schauen würde. In diesem Fall war wohl zu wenig Fernseherfahrung vorhanden, um dennoch an der Befragung teilzunehmen.

#### **5.4.3.1 Zentrale Begriffe**

Zu den zentralen Begriffen dieser Hypothese wurden bereits ausführliche Erläuterungen vorgenommen, daher sollen nur die wichtigsten drei Begriffe im Rahmen der Ausführungen zur Operationalisierung noch einmal komprimiert wiederholt werden:

**Jugendliche:** Junge Menschen zwischen 10 und 15 Jahren, im Kern repräsentiert durch die Altersgruppe zwischen 11 und 13 Jahren.

**Helden:** Personen, die die Jugendlichen bewundern, die ihnen besonders gefallen und/oder die sie als Vorbilder betrachten.

**Psychologische Grundmuster:** die psychologischen Grundmuster sind festgelegt durch den Bezugsrahmen eines Menschen, dieser umfasst die Sicht eines Menschen auf sich, andere und seine Umgebung.

#### **5.4.3.2 Variablen**

Um den Bezugsrahmen der Jugendlichen zu erfassen, werden in erster Linie ihre Überzeugungen zu ihren Fähigkeiten, Eigenschaften, Gedanken, Erlebnissen und ihrem Verhalten herangezogen. Das sind die Variablen, die den für diese Studie gewählten Ausschnitt des Bezugsrahmens der Jugendlichen ausmachen:

- Die Überzeugungen der Jugendlichen zu ihren Fähigkeiten werden erfasst über das, was sie glauben, zu können oder nicht zu können.
- Die Überzeugungen der Jugendlichen zu ihren Eigenschaften werden erfasst über das, was sie glauben zu sein.
- Die Überzeugungen der Jugendlichen zu ihren Gedanken werden erfasst über das, was sie über sich und das Leben denken.
- Die Überzeugungen der Jugendlichen zu ihren Erlebnissen werden erfasst über das, was sie immer wieder erleben.
- Die Überzeugungen der Jugendlichen zu ihrem Verhalten werden erfasst über das Verhalten der Jugendlichen bei Herausforderungen.

Zu jeder dieser Variablen wird eine ganze Reihe von Indikatoren definiert, die dann jeweils die Antwortbatterien zu einer Frage ausmachen, die sich auf eine der oben genannten Variablen bezieht. Dieselben Antwortbatterien werden analog für die jugendliche Wahrnehmung ihrer Helden verwendet.

Zudem wird in einem zweiten Schritt aus den Antworten zu den Überzeugungen ein Set von Indizes generiert, die spezifische Inhalte des Skripts der Jugendlichen und Helden abbilden. Das sind Persönlichkeitstypen, Beziehungsmuster, Problemlösungsstrategien, Grund-



überzeugungen zu Lebensposition, Einschärfungen und Antreibern sowie Beziehungsbedürfnisse. Detaillierte Ausführungen zu diesen Konzepten sind im Kapitel „Transaktionsanalytische Theorie“ zu finden und werden hier nicht wiederholt. In der Kürze hier nochmal die Definitionen:

- Persönlichkeitstypen: Haltung einer Person beim Vergleich mit anderen in Bezug auf seine Über- oder Unterlegenheit.
- Beziehungsmuster: freundliche oder ärgerliche Variante eines Persönlichkeitstyps.
- Problemlösungsstrategien: bevorzugte Variante der Problemlösung, alleine oder zusammen mit anderen.
- Grundüberzeugungen zur Lebensposition: subjektiver Wert, den eine Person sich selbst gibt, wenn sie sich mit anderen Personen vergleicht.
- Einschärfungen: verinnerlichte Botschaften, die Erwartungen und Befürchtungen der Eltern bezüglich ihrer Kinder enthalten. (Cluster)
- Antreiber: elterliche Vorgaben an Kinder, wie sie sein sollen.
- Beziehungsbedürfnisse: Bedürfnisse im sozialen Umgang. (Cluster)

#### **5.4.3.3 Indikatoren**

Zu diesen Variablen gibt es nun jeweils eine Reihe von Indikatoren, die hier nicht alle einzeln aufgeführt werden können. Sie bilden die Antwortbatterien zu den Fragen 15, 16 und 18 bis 27 (siehe Fragebogen im Anhangsband). Ein Beispiel ist oben in Abbildung 4 abgebildet (Frage 25). Diese Antwortbatterien stellen jeweils Statements zu den Überzeugungen der Jugendlichen dar, die sie in der Antwort mehr oder weniger bestätigen oder ablehnen. Durch das Gesamtbild, das aus den Bewertungen der einzelnen Statements entsteht, lassen sich Grundüberzeugungen und Skriptinhalte der Jugendlichen nach der transaktionsanalytischen Theorie ableiten. Diese Bewertungen geben die Jugendlichen jeweils für sich und ihre Helden ab. Damit besteht die Möglichkeit zum unmittelbaren Vergleich der Überzeugungen der Jugendlichen bezüglich ihrer selbst und ihrer Helden. Und mit diesem Vergleich ist es möglich, die Hypothese zu überprüfen, ob die Jugendlichen Helden wählen, die ihren psychologischen Grundmustern ähnlich sind oder nicht.

#### **5.4.3.4 Soziale Erwünschtheit**

Hinter der Gestaltung der Fragenbatterien mit den Statements in 4er-Skalen steht eine sehr bewusste Entscheidung für diese Fragetechnik. In vielen Interviews und Befragungen mit Kindern und Jugendlichen hat die Erfahrung der Verfasserin gezeigt, dass bestimmte Fragetechniken hilfreich sind, um bei speziell dieser Zielgruppe (aber auch ganz allgemein) spontane authentische Auskünfte zu erhalten. Das Problem, ansonsten hauptsächlich „sozial

erwünschte“ Antworten zu erhalten, ist bei lange bewusst geprüften Antworten sehr hoch und musste für den Zweck dieser Untersuchung zwingend gering gehalten werden. Nachdem die Befragung anonym und kein Interviewer anwesend war, waren sozial erwünschte Antworten aufgrund der Interviewsituation auszuschließen. Sozial erwünschte Antworten aufgrund der persönlichen Disposition eines Befragten können selbstverständlich nie ausgeschlossen werden, wurden aber hoffentlich durch die Gestaltung der Fragen weitgehend minimiert (Schnell et al. 2005, S. 355 f.).

Komplizierte Techniken wie etwa Relativierung oder projektive Fragen (Brosius et al. 2012, S. 88) erschienen bei der hohen Zahl der Kategorien und der gewünschten Dynamik bei der Beantwortung der Fragen nicht praktikabel bzw. hinderlich und wurden daher verworfen.

#### **5.4.3.5    *Verständlichkeit der Fragen und Begriffe***

Darüber hinaus war es wichtig, die Antwortvorgaben in möglichst alltagsnaher Sprache zu verfassen, damit sie unmittelbar einleuchtend und verständlich sind für die Befragten. Eine besondere Stärke der Transaktionsanalyse ist es, möglichst keine komplizierte wissenschaftliche Terminologie zu verwenden. Bei der Gestaltung des Fragebogens wurde ganz ausgesprochen darauf geachtet, Fragen und Antwortvorgaben einfach und allgemeinverständlich zu halten. Ganz besonders für die Statements in den langen Antwortbatterien zur Einschätzung der Helden und der Jugendlichen selbst, war dies ein wichtiges Kriterium für die Formulierung der Antwortvorgaben. Denn nur wenn die Jugendlichen die Antwortvorgaben auch verstehen, ist eine spontane und zutreffende Antwort wahrscheinlich, eine sprachliche Überforderung der noch sehr jungen Zielgruppe sollte unbedingt vermieden werden (vgl. Atteslander 2006, S. 278). Die Verständlichkeit der Fragen wurde vorab im Rahmen des Pretests auch überprüft.

#### **5.4.4    *Stichprobe, Skalierung und Fragetechnik***

Im Rahmen der beschriebenen schriftlichen Befragung wurden an sieben verschiedenen Schulen ca. 1000 Fragebögen verteilt. Davon wurden 958 Fragebögen von den Schülerinnen und Schülern so vollständig ausgefüllt, dass sie in die Auswertung einbezogen werden konnten. Die Fragebögen wurden in den Jahrgangstufen fünf bis acht verteilt, die befragten Schülerinnen und Schüler waren zwischen zehn und fünfzehn Jahren alt. Der Großteil (ca. 90 Prozent) ist der Kernzielgruppe im Altersbereich von elf bis 13 Jahren zuzuordnen. Es wurden die Schultypen Haupt-, Realschule und Gymnasium berücksichtigt, jeweils mit mindestens zwei Schulen je Schultyp, mindestens je eine in einer Stadt und je eine aus dem ländlichen Umfeld. (Die detaillierte Beschreibung der Stichprobe ist im Kapitel „Untersuchungsergebnisse“ unter Abschnitt „Deskriptive Ergebnisse und Stichprobvalidierung“ zu finden.)

#### **5.4.4.1 Skala**

Die Antwortvorgaben wurden bei allen Fragen, die ein psychologisches Wahrnehmungsspektrum erfragen, in eine 4er-Skala mit möglichst gleichmäßiger Abstufung und damit ohne Mittelkategorie gefasst. Die Aufnahme einer Mittelkategorie wurde trotz aller Argumente aus dem Bereich der Statistik für eine ungerade Skala verworfen (Backhaus et al. 2006), um spontane Bewertungen zu fördern und das Ausweichen in eine neutrale Antwort zu vermeiden. Damit wurden nichtmetrische, ordinal skalierte Daten erhoben, die eine Reihe von attraktiven Möglichkeiten bei der Auswertung zulassen. Die Struktur der Skala ohne Mittelkategorie sollte diesen Möglichkeiten nicht entgegenstehen, zumal in diesem Fragebogen die Mittelkategorie die Abstände zwischen den Merkmalsausprägungen eher verzerrt hätte.

#### **5.4.4.2 Geschlossene Fragen**

Der Fragebogen umfasste 5 Seiten, die zweispaltig dicht mit Fragenbatterien gefüllt waren (Fragebogen siehe Anhangsband). Es waren fast ausschließlich geschlossene Fragen zu beantworten, lediglich zur punktuellen Ergänzung waren zusätzlich offene Antworten möglich, die kaum in Anspruch genommen wurden und vernachlässigt werden können.

Geschlossene Fragestellungen mit gestützten Antwortvorgaben schränken zwar die freie Antwortmöglichkeit der Befragten ein (Schell et al. 2011), stellen jedoch bei Jugendlichen diesen Alters die einzig sinnvolle Fragemethode zu komplexen Sachverhalten dar, die schriftlich von den Jugendlichen niederzulegen sind. Die Jugendlichen hätten die Fülle an Antworten, die der Fragebogen erbracht hat, nie in einer offenen Fragetechnik in angemessener Zeit erbringen können. Die weitgehend identische Struktur der Antwortvorgaben über weite Strecken des Fragebogens erleichtert zum einen eine spontane Beantwortung der Fragenbatterien, zum anderen ist sie geeignet, sehr viele solcher analoger Antworten in absehbarer Zeit zu bearbeiten. Der hohe Rücklauf und die Qualität des Rücklaufs bei dieser Befragung hat diese Prämisse eindeutig bestätigt. Das war ein wichtiger Faktor für die Konzeption der schriftlichen Befragung, da eines der Ziele war, mit der schriftlichen Befragung eine umfangreiche Datenbasis zu schaffen, um die Irrtumswahrscheinlichkeit bei der Hypothesenprüfung durch eine zu kleine Stichprobe gering zu halten.

#### **5.4.4.3 Gestützte Antwortvorgaben**

Die ungestützte Befragung fördert vor allem sehr präsente, aber auch bereits deutlich reflektierte Informationen zutage, sie unterstützt nachhaltig gelernte Reaktionsweisen und schon gefestigte Einstellungen und Meinungen (bei Kindern häufig aufgrund von Nachahmung). Die gestützte Fragemethode dagegen erlaubt spontane und assoziative Antworten, allerdings in Bezug auf das Ergebnis eines gesteuerten Wahrnehmungsprozesses und in Reaktion auf die angebotene Antwortmöglichkeit. Besonders bei Reaktionen, die auf einer

nur teilweise bewussten Ebene stattfinden, kann dies allerdings direkte und wenig kontrollierte Antworten fördern und damit einen direkten Zugang zu Erlebnisdimensionen schaffen, die im Normalfall kaum in der Tiefe reflektiert werden. Die Möglichkeit, die Jugendlichen zu bestimmten Statements zu befragen, die das Konzept des Bezugsrahmens aus der Transaktionsanalyse widerspiegeln, war außerdem in dieser Studie sehr wichtig. Eine offene Fragestellung hätte dies stark erschwert. Die „inhaltliche Führung“ (Brosius et al. 2012, S. 82) war also bei diesem Teil der Untersuchung ein zentrales Kriterium für den Erfolg der Hypothesenprüfung. Zudem waren die hohen Rückläufe der schriftlichen Befragung erwünscht, wären in einer offenen Fragestellung aber nicht zu erreichen gewesen (Brosius et al. 2012, S. 82).

Wird die gestützte Abfrage zudem so gestaltet, dass die Antwort eine spontane Einstufung widerspiegelt (z.B. Nähe oder Distanz), die nicht zuerst in eine komplizierte grammatische Struktur (Sprache) „übersetzt“ werden muss, erlaubt das einen Zugang zu emotional geprägten Reaktionsweisen, die sehr intuitive und unverfälschte Bewertungen darstellen. Diese Einschätzungen verändern sich häufig bei einer ausführlichen bewussten Reflektion im Nachgang, ihre Authentizität wird dabei unter Umständen deutlich beeinträchtigt. Besonders bei Kindern sind das Erinnerungsvermögen für abstrakte Inhalte, die bewusste Reflexion und die Orientierung an sozialer Erwünschtheit, letzteres vor allem in der Kommunikation mit wenig vertrauten Personen, noch schwerwiegendere Hürden für freie (authentische) Antworten als bei Erwachsenen. Daher wird mit der geschlossenen Frageform in dieser Studie höhere Objektivität erzielt als das mit offenen Fragen möglich gewesen wäre (Bortz & Döring 2006). Auf Basis dieser Überlegungen ist mit der geschlossenen schriftlichen Befragung eine breite und gut fundierte Basis an Daten entstanden, die für die nachfolgende Untersuchungsphase genügend Material für die gezielte Evaluation in den Tiefeninterviews bietet.

#### **5.4.4.4 Kategorien und Ausprägungen der Antwortbatterien**

Die Antworten zu den entscheidenden Fragen waren außerdem in lange, möglichst gleichförmige Antwortbatterien verfasst, die eine gewisse Routine bei der Beantwortung der Fragen erzeugen sollten. Das ist dazu geeignet, eine spontane Beantwortung der Fragen zu fördern und die Gestaltung der Skalen in vier Schritten von Zustimmung bis Ablehnung zu verinnerlichen. Damit kann die Beantwortung flüssig und ohne irritierende Zwischenüberlegungen zur Intention des Fragestellers vonstattengehen. Das hat sich im Pretest zur schriftlichen Befragung auch bestätigt. Eine detailliertere Staffelung dieser Skala hätte die Jugendlichen bei ihrer flüssigen Bewertung sicher inhaltlich überfordert (vgl. Atteslander 2006; S. 278) und damit das Ergebnis eher verschlechtert. Die Aufnahme einer Mittelkategorie hätte zu sehr dazu verleiten können, keine Position zu beziehen (vgl. Brosius et al. 2012; S. 85).

und einfach in der Mitte durchzukreuzen. Zudem wurden die Batterien für die Einschätzung der Helden und die für die Einschätzung der Jugendlichen ihrer selbst konsequent analog gehalten, um auch hier einen hohen Wiedererkennungswert zu haben. Es sollte keinerlei gefühlte Unterbrechung bei der Beantwortung der Fragen erzeugt werden und im besten Falle ein gewisser Flow bei der Beantwortung der Antwortbatterien entstehen. Die Jugendlichen mussten also im Fragebogen lediglich ihr Alter, den Schultyp und die Jahrgangsstufe frei eintragen, alle anderen Angaben konnten mittels Ankreuzen vorgenommen werden. Es gab außerdem noch vier Stellen im Fragebogen, an denen die Jugendlichen den vorgegebenen Antwortbatterien eigene freie Formulierungen hätten hinzufügen können. Von dieser Möglichkeit wurde nur spärlich Gebrauch gemacht, was darauf hindeutet, dass die Vorgaben weitgehend vollständig waren. Zudem ist davon auszugehen, dass eine solche Unterbrechung des Flusses bei der Beantwortung der Fragen eher nicht erwünscht war, dennoch sollte sichergestellt werden, dass die Jugendlichen eine Möglichkeit zur Ergänzung der Antwortvorgaben hatten.

Dann gab es drei Fragen zur Häufigkeit des Fernsehkonsums, die in der Gestaltung der Antworten naturgemäß von den anderen Antwortbatterien etwas abweichen mussten. Zwei von diesen Fragen waren aber dennoch schon in einer 4er-Skala gestaltet wie die folgenden Antwortbatterien auch, lediglich die Antwortausprägungen mussten anders formuliert werden, um dem Inhalt der Frage zu entsprechen:

- Fast täglich – 4-5x pro Woche – 2-3x pro Woche – weniger als 2x pro Woche
- Häufig – gelegentlich – selten – nie

Alle anderen Antwortbatterien waren in ihrer Struktur analog gestaltet, die genauen Antwortausprägungen waren in drei Varianten formuliert und wurden je nach Frageformulierung entsprechend verwendet:

- Sehr gut – gut – weniger gut – gar nicht gut
- Sehr gerne – gerne – weniger gerne – gar nicht gerne
- Immer – oft – selten – nie

Die Antwortkategorien wurden in kurzen allgemeinverständlichen Sätzen formuliert, die den Jugendlichen keinerlei Schwierigkeiten bei der Beantwortung bereiten sollten.

#### **5.4.4.5 Auswertung**

Die Ergebnisse der schriftlichen Befragung wurden in ein EDV-Format übertragen und mithilfe von SPSS und PSPP statistisch ausgewertet. Neben umfangreicher deskriptiver Statistik mittels Tabellen und Grafiken zu Häufigkeiten sowie Kreuztabellen, wurden auch Mittelwerte berechnet, Korrelationen ausgewertet und verschiedene statistische Testverfahren angewandt (Chi<sup>2</sup>-Tests, Korrelationen nach Pearson und Kendalls Tau-b, T-Tests, Vari-

anzanalysen). Darüber hinaus wurden für die Evaluation der Heldentypen Faktorenanalysen durchgeführt.

Analysemethoden, die ausschließlich metrische Daten erfordern, wurden nicht verwendet, da aus dem Fragebogen lediglich nominal und ordinal skalierte Daten vorliegen und bestenfalls angenommen wird, dass einige der vorliegenden Daten „metrische Eigenschaften“ haben und damit punktuell wie intervallskalierte behandelt werden dürfen (Andreß et al. 1997, S. 16 f.; Bortz & Schuster 2010, S. 23). Die Daten sind allenfalls quasi-metrisch skaliert, d.h. es wird angenommen, dass die Abstände zwischen den Skalenpunkten gleich groß sind (Andreß et al. 1997, S. 16 f.; Brosius et al. 2012, S. 38). Zugunsten eines maßvollen, aber sinnvollen Einsatzes statistischer Methoden wird das in dieser Studie vorausgesetzt.

Die Berechnung von Mittelwerten – die bei dieser Datenqualität bereits umstritten ist (Brosius et al. 2012, S. 38; Atteslander 2006, S. 243) – lässt sich im Rahmen dieser Untersuchung sicher rechtfertigen. Die Auswertung von Mittelwerten kann im Rahmen der Fragestellung und des vorliegenden Datenmaterials aus mehreren Gründen sinnvoll vorgenommen werden: Erstens läuft es bei der Fragestellung dieser Studie immer auf Mittelwertvergleiche innerhalb des vorliegenden Datenmaterials hinaus und nicht auf eine Argumentation mithilfe der absoluten Mittelwerte. Zudem werden die aus diesen Daten berechneten Mittelwerte nicht mit Mittelwerten oder Vergleichswerten aus anderen Datenbeständen oder Sinnkontexten verglichen. Und schließlich sind die Abstände der Skalenpunkte annähernd gleich groß einzuschätzen, eine Mittelkategorie hätte diese Abstände eher verzerrt als homogenisiert.

Darüber hinaus wurden für die beschriebenen Fragenbatterien mit 4er-Skala die Mittelwerte der jeweiligen Fragenpaare mit einem T-Test bei gepaarten Stichproben überprüft. Der T-Test ist zwar strenggenommen für ordinal skalierte Variablen nicht vorgesehen, gilt aber als robust gegenüber der Verletzung dieser Voraussetzung (Bortz & Schuster 2010, S.122). Nimmt man (quasi-)intervallskalierte Daten an, gehört das arithmetische Mittel zu den zulässigen statistischen Maßzahlen, da Addition und Subtraktion erlaubte arithmetische Operationen sind (Andreß et al. 1997, S. 14; Backhaus et al. 2006; S. 5) und damit der T-Test zu den erlaubten statistischen Methoden.

## **5.5 Tiefeninterviews**

In der zweiten Phase der Untersuchung wird mit einer Reihe von Tiefeninterviews und speziell dafür ausgewähltem und zusammengestelltem TV-Material eine Vertiefung und Diversifizierung der Ergebnisse aus der schriftlichen Befragung vorgenommen. In der Thematisierung der Medienerlebnisse der Jugendlichen wird auf die wesentlichen Erkenntnisse aus der Befragung rekurriert und aufgebaut. Bestimmte Typenbildungen, die sich in der Befragung bereits abgezeichnet haben, werden hier überprüft und verfeinert.

Und vor allem können hier wichtige Ergebnisse der schriftlichen Befragung, die ja gewissermaßen Endprodukte von Wahrnehmungsprozessen widerspiegeln, rückblickend aufgeschlüsselt werden. Durch ein weitgehend freies Reflektieren von Wahrnehmungen und Empfindungen, lediglich angestoßen und vorsichtig geführt durch die Interviewerin, kann ein Zusammenhang dieser Ergebnisse mit dem je individuellen Referenzsystem der befragten Jugendlichen offengelegt werden. Die Verknüpfungen zwischen den Lieblingsserien als der Welt der Lieblingshelden der Jugendlichen und der Gefühls- und Erlebniswelt der Jugendlichen selbst bilden für die Forscherin den Hintergrund für den Zugang zur spezifischen Wahrnehmung und Reaktion der Befragten auf das gewählte TV-Angebot.

### **5.5.1 Fragen im Rahmen der Tiefeninterviews**

Hier wird schließlich Bezug auf die Fragenkomplexe genommen, die im Rahmen der qualitativen Befragung schwerpunktmäßig bearbeitet werden. Die Fragenkomplexe eins und zwei beziehen sich auf den deskriptiven Teil der Befragung, deren Ergebnisse im Kapitel „Untersuchungsergebnisse“ unter Abschnitt „Deskriptive Ergebnisse und Stichprobenvalidierung“ dargestellt sind. Daten dazu wurden in beiden Untersuchungsteilen gleichermaßen erhoben, auch um die Vergleichbarkeit der beiden Stichproben sicher zu stellen. Der vierte Fragenblock zu den sozialen Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden beschreibt den Teil der Untersuchung, der primär mit den Tiefeninterviews bearbeitet wird. Dazu gibt es zwar einige Daten aus der schriftlichen Befragung, der Großteil der Informationen zu diesen Fragen geht aber aus den Interviews hervor (im Detail siehe Kapitel „Forschungsinteresse und Forschungsfragen“, Abschnitt „Übersicht über die Forschungsfragen und Hypothesen dieser Studie“). Der dritte Fragenkomplex ist der entscheidende Teil für die quantitative Analyse zur Hypothesenprüfung, der in der schriftlichen Befragung schwerpunktmäßig bearbeitet wird und in den Tiefeninterviews vertieft und sinngemäß hinterfragt wird.

Begriffe zu den Fragestellungen in den Tiefeninterviews werden in diesem Teil nicht noch einmal definiert, es gelten die Definitionen, die bereits bei der Theorie und bei der schriftlichen Befragung erläutert wurden (siehe Abschnitt „Operationalisierung“, Unterabschnitt „Zentrale Begriffe“ in diesem Kapitel).

### **5.5.2 Zielsetzung und Durchführung**

Die Zielsetzung der qualitativen Interviews in dieser Untersuchung ist ganz klar die Vertiefung der Informationen aus der schriftlichen Befragung und ihre Einordnung in einen breiteren Kontext. Es geht darum, die Ergebnisse aus der schriftlichen Befragung zu validieren, zu ergänzen und besser zu verstehen. Die Summe der Erträge aus den beiden Untersuchungsschritten soll mehr bieten als es die beiden Methoden getrennt hätten leisten können.

Der theoretische Hintergrund und die zentralen Kategorien sind für den qualitativen Teil selbstverständlich dieselben wie für den quantitativen Teil und werden hier nicht wiederholt. Zu den Tiefeninterviews werden nur die Aspekte beschrieben, die abweichend vom quantitativen bzw. spezifisch für den qualitativen Teil sind.

#### **5.5.2.1 Leitfadeninterviews**

Die achtzehn Tiefeninterviews dieser Studie wurden als Leitfadeninterviews konzipiert, im Gegensatz zur schriftlichen Befragung gibt es im Tiefeninterview nur offene Fragen. Darüber hinaus war es hier der Interviewerin auch erlaubt, im Rahmen des Leitfadens flexibel auf die Befragten zu reagieren und im Laufe ihrer Ausführungen zu erschließen, wie die Jugendlichen ihre Lieblingshelden und -serien in ihrem persönlichen Referenzkontext und lebensweltlichen Bezugsrahmen erleben, um ihnen dabei verstehend zu folgen.

Es gibt also einen relativ detaillierten Leitfaden für das Gespräch (siehe Anhangsband), aber einzelne Fragen durften nach Bedarf auch variiert werden oder auch einmal an einer anderen Stelle im Ablauf gestellt werden. Schließlich ist es eher befremdlich und ungünstig für den Gesprächsfluss, wenn die Interviewerin eine Frage an einem bestimmten Punkt stellt, nur weil sie dort im Leitfaden steht, obwohl sie eventuell bereits beantwortet wurde oder den Gesprächsfluss unterbrechen würde. Dennoch wurde darauf geachtet, dass die Interviews analog ablaufen und dieselben Inhalte für alle Teilnehmer (TN) enthalten. Die Interviews sollten vergleichbar sein und die gesuchten Informationen auch von allen Befragten vorliegen.

Es wurde nicht vorab festgelegt, wie viele Interviews genau durchgeführt werden müssen, der Rahmen war auf zehn bis zwanzig definiert. Nach achtzehn Interviews war die theoretische Sättigung erreicht, weitere Interviews schienen keine grundsätzlich neuen Erkenntnisse mehr zu erbringen (vgl. Meyen et al. 2011, S. 71). Aus diesem Grund wurden danach keine weiteren Tiefeninterviews mehr durchgeführt, obwohl es weitere Jugendliche gab, die ihre Bereitschaft zur Teilnahme signalisierten. An diesem Punkt ein Ende zu finden, ist natürlich schwierig, weil es keine klaren Regeln für die erforderliche Zahl der Interviews gibt, insofern ist diese Entscheidung immer im Ermessen der forschenden Person und kann nur an der Frage festgemacht werden, ob noch neue und bisher unbekannte Erträge zu erwarten sind.

#### **5.5.2.2 Rekrutierung**

Alle achtzehn Interviews wurden von der Verfasserin selbst durchgeführt und ausgewertet. Rekrutiert wurde über Dritte nach einer groben Quote (vgl. Meyen et al. 2011, S. 73 f.). Die Jugendlichen sollten zwischen 11 und 13 Jahren alt sein, es sollten ungefähr ausgewogen Jungen und Mädchen beteiligt sein. Auch die Schultypen, die die Jugendlichen besuchen, sollten gemischt sein, und der Wohnort sollte sich auf Stadt und ländliche Regionen



verteilen. Es sollten auf jeden Fall verschiedene Schultypen und Wohngegenden in der Stichprobe repräsentiert sein. Das ist gut gelungen, die genaue Zusammensetzung der Stichprobe ist im Kapitel „Untersuchungsergebnisse“ im Abschnitt „Demographie“ dargestellt.

Anknüpfungspunkte für die Rekrutierung waren Eltern und Bekannte oder Institutionen, die Jugendliche kennen, die mitmachen wollten. Gefragt wurde in Kinderhorten und Schulen, einem Kirchenchor, einer Pfadfindergruppe, einem Fußballverein und einem Skiclub. Die Jugendlichen waren der Verfasserin nicht oder nicht näher bekannt. Allenfalls waren Nachbarkinder von Bekannten dabei, engere persönliche Beziehungen gab es aber zu keinem der Jugendlichen. Die Jugendlichen wurden entweder zuhause, im Kinderhort, bei Freunden oder Bekannten der Jugendlichen oder im Treff ihrer Pfadfindergruppe durchgeführt.

Jeder Jugendliche, der mitgemacht hat, hat 10 Euro zur Belohnung erhalten, eine kleine Aufwandsentschädigung für mindestens eine Stunde Zeitaufwand. Einzelne Jugendliche haben diese Belohnung gar nicht angenommen, es ist daher nicht anzunehmen, dass der finanzielle Anreiz entscheidend für die Teilnahme war, zumal die meisten Jugendlichen vor der Signalisierung ihrer Teilnahmebereitschaft nichts von der Aufwandsentschädigung wussten.

Wenn die Jugendlichen nicht über ihre Eltern vorgeschlagen wurden, was bei Bekannten, Nachbarn von Bekannten oder dem Kirchenchor gelegentlich der Fall war, wurden Begleitschreiben mit einer Einverständniserklärung für die Eltern mitgegeben, um sicherzustellen, dass alle Eltern informiert und einverstanden sind. Die Jugendlichen bekundeten ihr Einverständnis durch die Teilnahme, wenn ein(e) Jugendliche(r) dem Vorschlag der Eltern oder Bekannten nicht folgen wollte, wurde er/sie selbstverständlich nicht zur Teilnahme überredet.

### **5.5.2.3    *Gemeinsames Fernsehen***

Im Rahmen der Interviews wurde auch gemeinsam ferngesehen. In den Gesprächsverlauf war eine Sequenz eingebaut, in der jeweils zwei Ausschnitte aus Serien eingespielt und anschließend diskutiert wurden. Es handelte sich um eine bei Jugendlichen sehr beliebte Zeichentrickserie (*Dragonball Z*) und eine populäre tägliche Vorabendserie (*Alles was zählt*). Die Interviewerin hat sich ebenfalls mit diesen Formaten vertraut gemacht, um die Diskussion kompetent zu führen und den Ausführungen der Jugendlichen dazu folgen zu können. Schließlich waren unter den befragten Jugendlichen auch ausgesprochene Spezialisten für diese Formate dabei.

Im intensiven Gespräch und beim gemeinsamen Fernsehen wurden die Jugendlichen schließlich in einem interaktiven Prozess sowohl zu Befragten als auch zu Beobachteten. Die Rezeptionssituation beim gemeinsamen Fernsehen entspricht zwar nicht genau derjenigen, welche die Jugendlichen üblicherweise beim Fernsehen kennen, dennoch kann ihre Reaktion auf Lieblingsserien und -helden dem Interviewer durch die „Live-Situation“ ein Stück weit

sicht- und fühlbar werden. Genau die Situation, in der die Jugendlichen sonst fernsehen, wäre allein durch die Anwesenheit einer Beobachterin ohnehin nicht möglich gewesen, eine gewisse Reaktivität konnte hier daher nicht ausgeschlossen werden (vgl. Schnell et al. 2005, S. 353). Da dieser Sequenz im Interview, die mit einer Beobachtung kombiniert war, aber keine entscheidende Bedeutung im Hinblick auf die Qualität der Ergebnisse zukam, wird hier davon ausgegangen, dass dieser Faktor zu vernachlässigen ist.

#### **5.5.2.4 Kategorien**

Der Inhalt des Gesprächsleitfadens war in sieben übergeordnete und dreißig Subkategorien gegliedert. Die Subkategorien sind teilweise in Frageform formuliert, die übergeordneten Kategorien in Schlagworte in Form von Substantiven. Der Leitfaden ist vollständig im Anhangsband zu finden und spiegelt sich auch in allen Gesprächsprotokollen wider (siehe Anhangsband). In folgender Tabelle findet sich die Übersicht über die Kategorienstruktur der Tiefeninterviews:

**Tabelle 1: Kategorien in den Tiefeninterviews:**

Übergeordnete Kategorie	Subkategorie
Persönliche Daten	Alter Geschlecht Jahrgangsstufe Wohn- bzw. Schulort
Fernsehgewohnheiten	Fernsehdauer Fernsehhäufigkeit Fernsehgewohnheiten Regeln für das Fernsehen Gespräche über Fernsehen Dinge, die einen im Fernsehen länger beschäftigen
Heldendiskussion (Vorlieben und Abneigungen)	Lieblingsserien und Lieblingshelden Wer sind Helden und warum? Eigenschaften der Helden Ähnlichkeiten mit den Helden
Beurteilung Videomaterial	Reaktionen auf die gezeigten Serien
Heldendiskussion	Wie denken deine Helden über sich und das Leben? Wie denken deine Helden über andere Menschen? Wie lösen deine Helden Probleme? Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind? Können deine Helden Anerkennung und Respekt erlangen? Bekommen deine Helden Unterstützung? Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt?

Übergeordnete Kategorie	Subkategorie
Parallelen zum eigenen Leben	Wie denkst Du über dich und das Leben?
	Wie denkst Du über andere Menschen?
	Wie löst Du Probleme?
	Bist Du in Ordnung, so wie Du bist?
	Kannst Du Anerkennung und Respekt erlangen?
	Bekommst Du Unterstützung?
	Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt?
Grundgefühl zum Fernsehen	Was bedeutet Fernsehen für Dich?
	Besonders gut am Fernsehen
	Positive Erlebnisse und Bestätigungen beim Fernsehen
	Was wäre anders ohne Fernsehen?

Wie die Kategorien zeigen, wurde im Leitfaden versucht, genau an die Diskussion der Hypothesen aus der schriftlichen Befragung anzuknüpfen, indem wieder vergleichend zu den Helden der Jugendlichen und den Jugendlichen selbst gefragt wurde. Nur konnten dieses Mal die Hintergründe und Zusammenhänge dazu erfragt werden, die für diese Studie von Interesse sind. Damit konnte systematisch korrespondierend zur schriftlichen Befragung angesetzt werden, allerdings mit einer inhaltlich weitergehenden Zielsetzung als im quantitativen Teil.

#### **5.5.2.5 Auswertung**

Die Interviews wurden per Tonbandaufnahme aufgezeichnet und im Nachgang von der Verfasserin vollständig transkribiert. Anschließend wurden sie strukturiert per qualitative Inhaltsanalyse ausgewertet (vgl. Keuneke 2005, S. 266). Die systematische Auswertung orientierte sich an den Kategorien und Subkategorien.

Alle Interviews sind im Anhangsband dokumentiert. Die Auswertung erfolgte computerunterstützt mit dem Programm MaxQDA. Sämtliche Textelemente wurden in den Editor importiert und mittels Kategorien systematisiert. Da die Interviews alle streng vergleichbar gehalten wurden, war eine systematische Auswertung einfach und effizient (vgl. Kuckartz 2014, S. 142 ff.).

## **5.6 Synthese**

Wie in den Ausführungen zur Triangulation von quantitativen und qualitativen Methoden bereits dargestellt ist, wurde im Rahmen dieser Studie eine entsprechende Methodenkombination angewendet. Nach einer schriftlichen Befragung mit 958 standardisierten Fragebögen wurden 18 Tiefeninterviews in Form von Leitfadeninterviews durchgeführt.

Die Interviews haben die Themen aus der schriftlichen Befragung erneut aufgegriffen und genauer hinterfragt. Die Jugendlichen wurden ausführlich zu ihrem Fernsehverhalten, zu ihren Fernsehhelden und ihrer Selbsteinschätzung befragt. Wie schon in der schriftlichen Befragung wurden den Jugendlichen in den Tiefeninterviews Fragen zu ihren Fernsehhelden und sich selbst analog gestellt, sodass ihre Einschätzung der Helden und ihre Selbsteinschätzung verglichen werden konnten.

Was in der schriftlichen Befragung vermutet und mit vielen geschlossenen Statements überprüft wurde, wurde in den Tiefeninterviews ausführlich hinterfragt und um die Informationen ergänzt, die nur in einem qualitativen Setting zu erhalten sind. Umgekehrt wurden die Fragen, die primär anhand der Tiefeninterviews beantwortet wurden, um die Ergebnisse aus der schriftlichen Befragung angereichert und erhärtet. So wurde eine Kombination der beiden Methoden in beide Richtungen erfolgreich angewandt und die Qualität der Ergebnisse damit erheblich aufgewertet.

Damit konnten der quantitative und der qualitative Teil genutzt werden, um sich gegenseitig zu validieren und zu ergänzen. Durch die Kombination konnte ein umfassenderes und detaillierteres Bild vom Untersuchungsgegenstand geschaffen werden. Die verschiedenen Zugänge konnten Informationen aus unterschiedlichen Perspektiven generieren und damit mehr Verständnis für die und eine Vorstellung mit mehr Tiefe von den beforschten Themen erzeugen. Das Vorhaben konnte also durch ein Methodendesign nach dem Modell der Triangulation sowohl den Nutzen einer breit angelegten und verallgemeinerbaren Untersuchung als auch einer tiefgehenden qualitativen Analyse der gestellten Fragen in einem breiteren und tieferen Kontext erwirtschaften.

## **6. Untersuchungsergebnisse**

Wie im vorhergehenden Kapitel ausführlich erläutert, besteht die Befragung für diese Studie aus zwei Teilen, einer schriftlichen Befragung an Schulen mit Schülern aus den Klassen 5 bis 8 und einer Reihe von Tiefeninterviews in der Kernaltersgruppe von 11 bis 13 Jahren. Die beiden Untersuchungsschritte wurden so gestaltet, dass die Ergebnisse der Tiefeninterviews auf denen der schriftlichen Befragung aufbauen, um die Ergebnisse zu vertiefen und bestimmte Aspekte weiter zu evaluieren. Die Ergebnisse greifen daher eng ineinander und sind im Zusammenhang zu betrachten. Im folgenden Bericht werden in einem ersten Schritt die Ergebnisse der schriftlichen Befragung dargestellt, anschließend wird jeweils aus den Erkenntnissen der Tiefeninterviews weiter ausgeführt. Einige qualitative Aspekte werden in den Tiefeninterviews erst im Detail erarbeitet, die in der schriftlichen Befragung allenfalls angedeutet oder angerissen werden konnten. Hier werden bei der Darstellung die Tiefeninterviews führend sein.

Im ersten Abschnitt dieses Kapitels werden die demographischen Daten der beiden Stichproben übersichtsweise dargestellt, damit wird unter anderem deutlich gemacht, dass die jeweiligen Samples in ihrer Zusammensetzung geeignet sind, die Ergebnisse des jeweils anderen zu bestätigen und zu differenzieren. Zusätzlich werden die Fernsehgewohnheiten und Fernsehvorlieben der Jugendlichen aus der schriftlichen Befragung und den Tiefeninterviews gegenübergestellt. Damit soll veranschaulicht werden, dass die beiden Stichproben – unabhängig von ihrer methodenbedingt abweichenden Größe – in ihren Grundeigenschaften soweit homogen sind, dass sich die Ergebnisse sinnvoll aufeinander beziehen lassen. Damit ist auch die Basis dafür gegeben, dass die Tiefeninterviews die Erkenntnisse aus der schriftlichen Befragung komplementär vervollständigen. Die vollständige Dokumentation der Ergebnisse aus Befragung und Tiefeninterviews findet sich im Anhangsband.

### **6.1 Deskriptive Ergebnisse und Stichprobenvalidierung**

In diesem Abschnitt werden die deskriptiven Ergebnisse aus dem Fragebogen im Vergleich mit denen der Tiefeninterviews dargestellt. Sie lassen sich nach dem Modell der TV-Formatforschung (siehe Kapitel „Verortung dieser Studie in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitt „Modell der TV-Formatforschung“) der Dimension TV zuordnen. Sie können leicht direkt abgefragt werden und ihre Beschreibung dient auch der Validierung der Stichprobe(n) im Sinne eines Vergleichs der TN an der schriftlichen Befragung und den Tiefeninterviews.

### 6.1.1 Demographie

#### *Schriftliche Befragung*

An der schriftlichen Befragung haben 958 Schülerinnen und Schüler teilgenommen, es handelte sich um Schülerinnen und Schüler der Jahrgangsstufen 5 bis 8. Im Hinblick auf die demographischen Kriterien konnte die Stichprobe ausgewogen gestaltet werden, sowohl im Hinblick auf Geschlecht, Alter und Klassenaufteilung sowie Schulart und Schulort sind fast durchgehend ähnliche Clustergrößen zu beobachten. Damit kann ausgeschlossen werden, dass die Ergebnisse durch den Einfluss dieser demographischen Faktoren verzerrt werden.

Im Hinblick auf das Geschlecht halten sich die Anteile der befragten Jugendlichen etwa die Waage, 49,3 Prozent der befragten Jugendlichen sind Mädchen, 50,7 Prozent Jungen. Ca. 57 Prozent der Schülerinnen und Schüler besuchen eine Schule in einer Stadt, die restlichen Jugendlichen besuchen Schulen in ländlichem Umfeld.

**Tabelle 2: Schultyp**

Schultyp	Häufigkeit n	Anteil %
Gymnasium	344	35,9
Hauptschule	324	33,8
Realschule	290	30,3
Gesamt	958	100,0

Betrachtet man die Schultypen, die die befragten Jugendlichen besuchen, ist auch hier die Verteilung nahezu ausgewogen, je etwa ein Drittel je Schultyp mit ein wenig mehr Gymnasiasten als Realschüler. Insgesamt wurde die Befragung an sieben verschiedenen Schulen durchgeführt, die je einem dieser Schultypen zuzuordnen sind.

**Tabelle 3: Alter**

Alter	Häufigkeit n	Anteil %
10	2	0,2
11	187	19,6
12	358	37,5
13	309	32,4
14	92	9,6
15	7	0,7
Gesamt	955	100,0

Die Schülerinnen und Schüler der Hauptzielgruppe sind zwischen 11 und 13 Jahren alt, in Summe fast 90 Prozent, darüber hinaus haben hauptsächlich 14-Jährige und nur wenige

15-Jährige oder 10-Jährige an der Befragung teilgenommen. Sie besuchen überwiegend die Klassen 6 bis 8, daneben sind wenige Fünftklässler vertreten.

**Tabelle 4: Alter nach Geschlecht**

Alter	10	11	12	13	14	15
Geschlecht	%	%	%	%	%	%
Mädchen	0,4	20,6	36,7	32,9	8,7	0,6
Jungen	0,0	18,6	38,2	31,8	10,5	0,8
Gesamt	0,4	39,2	74,9	64,7	19,2	1,4

Betrachtet man die Altersstruktur nach Geschlecht, so ergibt sich auch hier ein sehr ausgewogenes Bild. Die Jungen sind in dieser Stichprobe im Vergleich zu den Mädchen geringfügig älter, allerdings handelt es sich um eine Verschiebung um nur wenige Fälle, gemessen an der Gesamtzahl der TN.

**Tabelle 5: Jahrgangsstufe nach Geschlecht**

Jahrgangsstufe	5	6	7	8
Geschlecht	%	%	%	%
Mädchen	3,2	29,2	43,0	24,6
Jungen	3,7	30,2	44,3	21,7
Gesamt	6,9	59,4	47,3	26,3

Bei der Betrachtung der Zugehörigkeit zu den Jahrgangsstufen nach Geschlecht, ist der Schwerpunkt auf den Jahrgangsstufen 6 bis 8, nur wenige Befragte besuchen die 5. Klasse. Im Verlauf dieser Arbeit werden die Betrachtungen nach Geschlecht in manchen Fragen noch eine wichtige Rolle spielen, teilweise auch nach Schultyp oder Alter. Für diese Betrachtungen können damit Verzerrungen aufgrund von Verwerfungen in der Stichprobe weitgehend ausgeschlossen werden.

### *Tiefeninterviews*

Bei den Tiefeninterviews wurde die Selektion nach Alter auf die zentrale Altersgruppe von 11 bis 13 Jahren eingeschränkt, um bei der natürlicherweise geringeren Anzahl von Probanden eine gewisse Homogenität in der Stichprobe zu gewährleisten. Der Schwerpunkt wurde dabei auf das mittlere Alter gelegt. Die Tendenzen beim Alter entsprechen in etwa der Verteilung bei der schriftlichen Befragung. Die anderen formalen Merkmale wie Geschlecht, Wohn- bzw. Schulort und Schultyp wurden in etwa gleichmäßig verteilt. Der Schultyp wurde bei den Tiefeninterviews in der Differenzierung ergänzt durch internationale Schulen.

Tabelle 6: Verteilung der Anzahl der TN an den Tiefeninterviews nach demographischen Merkmalen

Geschlecht		Alter		
männlich	weiblich	11	12	13
8	10	4	8	6

Wohn- bzw. Schulort		Schultyp			
Kleinstadt/Dorf	Großstadt	Mittel	International	Real	Gymnasium
9	9	3	4	5	6

Auch bei den Tiefeninterviews wurde – wie schon bei der schriftlichen Befragung – darauf geachtet, die Stichprobe in ihrer Zusammensetzung möglichst ausgewogen zu gestalten, um Verzerrungen durch eine einseitige Zusammensetzung der Stichprobe zu vermeiden. Bei der Rekrutierung für die Tiefeninterviews wurde außerdem darauf geachtet, unterschiedliche Mentalitäten und soziale Kontexte zu berücksichtigen, um bei der kleinen Stichprobe Einseitigkeit in den Persönlichkeitsmerkmalen zu vermeiden. So wurden neben den demographischen Kriterien auch soziale Kriterien und Freizeitinteressen in die Selektion mit einbezogen. Es wurde darauf geachtet, dass die Jugendlichen nicht mehrheitlich dieselben Sport- oder Freizeitinteressen haben oder aus befreundeten Elternhäusern stammen. Damit wurde in der Zusammensetzung der Stichprobe vermieden, dass trotz der formal korrekten Diversifizierung der demographischen Merkmale bestimmte Schichten oder Typen von Jugendlichen in den Tiefeninterviews überwogen. In den Gesprächen mit den Jugendlichen war dann auch zu beobachten, dass es sich um ganz unterschiedliche Charaktere handelte, die jeweils ihre eigenen Ansichten in die Diskussion einbrachten und damit immer wieder neue Blickwinkel auf die sich je Interview wiederholenden Fragen eröffneten.

### **6.1.2 Fernsehgewohnheiten und Fernseherlebnisse**

In diesem Abschnitt werden die Fernsehgewohnheiten aus beiden Untersuchungsschritten verglichen, um sicherzustellen, dass die beiden Stichproben auch inhaltlich kompatibel sind. Über die rein demographischen Kriterien hinaus wird hier überprüft, ob die Stichproben für die schriftliche Befragung und die Tiefeninterviews auch inhaltlich zusammenpassen.

#### **6.1.2.1 Fernsehhäufigkeit**

##### *Schriftliche Befragung*

Betrachtet man die Fernsehhäufigkeit der befragten Jugendlichen, so sieht die überwiegende Mehrheit nahezu täglich fern. Weitere 22,9 Prozent sitzen immerhin 4-5x pro Woche



und 10,9 Prozent 2-3x pro Woche vor dem Fernseher. Nur wenige Schülerinnen und Schüler sehen weniger als 2x pro Woche fern.

**Tabelle 7: Wie oft siehst Du in einer normalen Woche fern?**

Fernsehhäufigkeit	Häufigkeit n	Anteil %
(fast) täglich	621	64,8
4-5x pro Woche	219	22,9
2-3x pro Woche	104	10,9
weniger als 2x pro Woche	14	1,5
Gesamt	958	100,0

### *Tiefeninterviews*

In den Tiefeninterviews hat sich für die Verteilung ebenfalls ein Gefälle vom täglichen zum selteneren Fernsehen ergeben, allerdings zeichnen sich hier Schwankungen ab, die vermuten lassen, dass nicht jede Fernsehwoche gleich ist. So gibt es Jugendliche, die berichten, in der Regel nur unter der Woche fern zu sehen, dann aber doch über Filme und gemeinsames Fernsehen vom Wochenende erzählen. Andere geben an, nur selten (1-2mal pro Woche) fern zu sehen, unter bestimmten Umständen verändert sich diese Frequenz aber. Zum Beispiel ist der Fernsehkonsum höher, wenn die Jugendlichen frei haben, ausschlafen können oder krank sind. Dagegen verringert sich die Fernsehhäufigkeit, wenn die Jugendlichen wegen Sportaktivitäten oder Familienunternehmungen viel unterwegs sind, oder wenn die Schule mehr Aufmerksamkeit erfordert. Gleichzeitig zeigt sich in den direkten Gesprächen eine Tendenz, die Fernsehfrequenz weniger fein zu differenzieren und auch geringer zu schätzen. Hier haben 10 von 18 Teilnehmern täglichen Fernsehkonsum angegeben, 3 TN geben an, 3-5mal pro Woche fernzusehen, immerhin 5 TN sehen nur 1-2mal pro Woche fern. Im Vergleich zur Durchschnittsschätzung aus der schriftlichen Befragung scheint der Fernsehkonsum in den Tiefeninterviews unter dem Strich etwas geringer zu sein.

Möglicherweise spielt hier auch der Faktor der sozialen Erwünschtheit eine Rolle, der in der anonymen schriftlichen Befragung vernachlässigt werden kann. Im direkten persönlichen Gespräch zögern die Jugendlichen, ihren Fernsehkonsum zu hoch anzusetzen, gleichzeitig betonen sie mehrfach, wegen der Schule nicht zu häufig Zeit für Fernsehen zu haben. Auch die Tatsache, dass im Tiefeninterview weitere Faktoren der Freizeitgestaltung intensiver ins Gespräch kommen, kann einen Einfluss auf diese Einschätzung haben, möglicherweise nehmen die Jugendlichen hier konkurrierende Freizeitbeschäftigungen deutlicher wahr als bei der schriftlichen Befragung, die sich ausschließlich auf das Fernsehgeschehen konzentriert. Eine bewusste Verzerrung der Antworten war aber in keinem der Gespräche zu

erkennen, die Jugendlichen haben durchgehend sehr bereitwillig und authentisch über ihre Fernsehgewohnheiten Auskunft gegeben.

### 6.1.2.2 *Motive für das Fernsehen*

#### *Schriftliche Befragung*

Wenn man die Jugendlichen nach ihren Motiven für das Fernsehen befragt, zeigen sich vielfältige Gründe, offensichtlich bedient Fernsehen eine Reihe von Bedürfnissen bei den Befragten. Auch sind es nicht jeweils einzelne Motive, die das Fernsehen attraktiv machen, sondern offensichtlich eine Kombination mehrerer Faktoren.

**Tabelle 8: Warum siehst Du gerne fern?**

Ich sehe fern ...	sehr gerne %	gerne %	weniger gerne %	gar nicht gerne %
um eine bestimmte Sendung zu sehen	56,6	35,2	6,4	1,8
weil ich etwas Neues erfahre	30,8	41,8	18,6	8,7
weil ich abschalten kann	23,9	35,0	23,5	17,5
weil es schön ist, fern zu sehen	15,0	38,9	33,5	12,7
einfach zum Zeitvertreib	11,3	28,2	37,4	23,1
weil wir das gemeinsam tun	8,2	39,4	35,2	17,3

Die meisten Jugendlichen schalten ein, um eine bestimmte Sendung zu sehen, sehr wichtig ist aber auch, dass die Jugendlichen beim Fernsehen Neues erfahren. Auch Entspannung oder Ablenkung vom Alltag spielen eine wichtige Rolle, fast 60 Prozent können beim Fernsehen abschalten, offensichtlich hat das Fernsehen für die Jugendlichen durchaus eine eskapistische Funktion. Darüber hinaus ist es für etwas mehr als die Hälfte einfach schön, fern zu sehen, knapp die Hälfte sieht gerne gemeinsam mit anderen fern, hier hat das Fernsehen offenbar auch einen sozialen Aspekt. Es spielen also sowohl Informations- als auch Unterhaltungsmotive, aber auch der Spaß am Fernsehen selbst eine Rolle für die Jugendlichen.

#### *Tiefeninterviews*

In den Tiefeninterviews sehen viele TN bestimmte Sendungen regelmäßig, vor allem Fernsehserien. Serien sind ein häufiger Anlass zum Fernsehen und es hat oft rituellen Charakter, immer zur selben Zeit dieselben Sendungen zu sehen. Zudem sehen die Jugendlichen oft fern, wenn ihnen „langweilig ist“ und wenn sie „nichts Besseres zu tun haben“. Viele nennen hier Entspannung und Zerstreuung als eskapistische Motive, beim Fernsehen muss man nicht aktiv etwas tun, sondern kann sich entspannen und sich die Zeit vertreiben. Einige machen parallel noch etwas anderes, z.B. SMS schreiben oder essen. Die Jugendlichen lassen sich oft passiv unterhalten, wichtig ist ihnen auch, dass es lustig ist und Spaß macht.

Der Informationsbedarf spielt in den Tiefeninterviews eine geringere Rolle, wenn auch manche TN berichten, dass sie gelegentlich Nachrichten schauen. Nur für eine TN ist das allerdings der primäre Anlass zum Fernsehen und in diesem Fall ging es auch um die Kindernachrichten auf dem Kika. Neuigkeiten bezüglich ihrer Lieblingssendungen oder -helden sind dagegen ein wichtiger Anreiz zum Fernsehen, die Jugendlichen wollen wissen, wie es in Serien oder fortlaufenden Shows weitergeht und was passiert ist. Wenn sie hier etwas veräumen, holen sie das oft im Internet nach, um wieder auf dem Laufenden zu sein. Teilweise sehen die TN zusammen mit Familienmitgliedern, eher selten mit Freunden, am häufigsten aber alleine fern, der soziale Anlass wird auch in den Interviews genannt, allerdings deutlich weniger häufig.

### 6.1.2.3 Beliebte Fernsehsender

#### *Schriftliche Befragung*

**Tabelle 9: Wie oft siehst Du diese Sender?**

Ich sehe ...	fast täglich %	4-5x pro Woche %	2-3x pro Woche %	weniger als 2x pro Woche %
PRO 7	35,8	25,2	19,1	19,9
RTL 2	32,3	22,7	23,3	21,7
RTL	31,9	28,8	23,3	16,0
andere	30,0	20,0	23,9	26,1
SAT 1	17,4	27,8	29,5	25,3
Super RTL	13,2	16,7	19,5	50,6
ARD	8,7	7,6	17,6	66,0
VOX	8,6	13,2	26,2	51,9
Kabel 1	5,9	10,8	20,5	62,8
ZDF	5,3	6,8	24,6	63,4

Die beliebtesten Fernsehsender bei den Jugendlichen sind PRO 7, RTL und RTL 2, deutlich dahinter liegen SAT 1 und Super RTL. VOX und Kabel 1 sowie die öffentlich-rechtlichen Programme ARD und ZDF spielen eine untergeordnete Rolle bei den Jugendlichen. Daneben sehen die Jugendlichen auch gerne Sender mit speziellen Programmen für ihre Altersgruppe wie beispielsweise Kika, Disney Channel oder Nickelodeon.

Auch wenn YouTube und Videostreamingdienste bei den Jugendlichen – vor allem den älteren – stark im Kommen sind, ist diese Wertung nach wie vor aktuell. Bei den jüngeren Jugendlichen sind nach wie vor die Kinderprogramme besonders beliebt, bei den älteren Jugendlichen vor allem Pro7, RTL und RTL2 (KIM Studie 2016; JIM Studie 2016; IZI: Grunddaten Jugend und Medien 2018).

### *Tiefeninterviews*

In den Tiefeninterviews bestätigen sich diese Tendenzen weitgehend. Es wird am häufigsten PRO 7 genannt, daneben aber ebenfalls oft RTL und RTL 2. Das sind auch in den Tiefeninterviews mit Abstand die Favoriten der Jugendlichen. Die größeren TN sehen auch ab und zu Serien auf den öffentlich-rechtlichen Programmen, z.B. ZDF und ARD, bei den jüngeren sind diese Sender kein Thema. Bei den jüngeren TN sind vor allem auch der KiKa, daneben auch Nickelodeon und Disney Channel beliebt. SAT 1 und Super RTL werden nur selten erwähnt, VOX und Kabel 1 spielen auch in den Tiefeninterviews kaum eine Rolle.

#### **6.1.2.4 Besonders gut am Fernsehen**

### *Schriftliche Befragung*

**Tabelle 10: Was gefällt Dir besonders am Fernsehen?**

Mir gefällt besonders:	sehr gut %	gut %	weniger gut %	gar nicht gut %
Spannung	53,7	39,2	5,3	1,8
mitfiebern	41,8	35,5	15,4	7,3
nichts tun müssen	31,4	29,3	22,5	16,8
den Alltag vergessen	30,8	31,0	23,0	15,2
Vorbilder und Helden	24,6	28,1	25,9	21,4
etwas erleben	24,1	41,4	26,5	8,1
sich darüber unterhalten	19,8	37,2	28,7	14,2
vertraute Personen	12,0	35,5	35,4	17,1
dabei zu sein	11,1	31,4	35,8	21,6

Hier liegen Spannung und „mitfiebern“ vorn. Besonders gut kommt auch an, den Alltag zu vergessen und nichts tun zu müssen. Etwas mehr als der Hälfte der befragten Jugendlichen gefällt es auch, etwas zu erleben oder Vorbilder und Helden zu sehen. Nicht so wichtig scheint es den Jugendlichen dagegen, dabei zu sein oder vertraute Personen zu sehen.

### *Tiefeninterviews*

In den Tiefeninterviews war den Jugendlichen „nichts tun müssen“ und „den Alltag vergessen“ oder Entspannen wichtiger als Spannung. Für die meisten TN ist Fernsehen ein Zeitvertreib, bei dem man nichts leisten muss, manchmal tun die Jugendlichen auch andere Dinge parallel, z.B. „am Handy tippen“. Fernsehen soll für sie vor allem stressfrei, aber auch spannend oder lustig sein. Die Jugendlichen wollen beim Fernsehen unterhalten werden, ohne selbst etwas dazu tun zu müssen und Ablenkung haben von den Themen aus ihrem Alltag. Eskapistische Motive liegen also in den Tiefeninterviews noch vor den unterhaltenden und informativen in der Gunst der Jugendlichen. Natürlich mögen sie auch spannende Un-

terhaltung und finden vor allem fiktionale Serien „toll, weil es ziemlich unterhält“. Da fiebern sie mit ihren Lieblingshelden und freuen sich, wenn sie diese immer wieder sehen. Damit lenken sie sich vom Alltag ab, erleben Lustiges, Fröhliches und Trauriges. Die Unterhaltung über Fernsehen mit gleichgesinnten Schulkameraden oder Freundinnen und Freunden gehört auch dazu, vor allem mit denen, die dieselben Sendungen und Serien sehen.

#### **6.1.2.5 Beliebte Genres**

##### *Schriftliche Befragung*

Bei der Fernsehhäufigkeit bezüglich Genres liegen bei den Jugendlichen tägliche Serien an der Spitze, vor wöchentlichen Serien und Spielfilmen. Besonders Comedys bzw. Sitcoms sind bei den Jugendlichen beliebt. Bei den restlichen Sendungen ergibt sich ein gemischtes Bild, etwa die Hälfte sieht auch Nachrichten, Sportsendungen oder Zeichentrick, aber nicht einmal ein Viertel der Befragten häufig. Quizsendungen und Unterhaltungsshows werden von der Minderheit und eher nur gelegentlich gesehen, noch mehr gilt dies für Dokumentationen und Reportagen sowie für Talkshows, Reality TV und Doku Soaps oder Magazine. Damit liegen die Präferenzen der befragten Jugendlichen deutlich auf fiktionalen vor nonfiktionalen Formaten und Unterhaltung ist deutlich beliebter als Information.

**Tabelle 11: Wie häufig siehst Du folgende Arten von Fernsehsendungen?**

Ich sehe ...	häufig %	gelegentlich %	selten %	nie %
tägliche Serien	52,5	27,8	14,9	4,8
wöchentliche Serien	46,4	27,7	15,7	10,2
Spielfilme	40,9	40,3	14,5	4,2
Comedys/Sitcoms	34,8	30,3	22,4	12,6
Sportsendungen	24,4	20,7	27,7	27,2
Zeichentrick	20,3	23,5	33,3	22,9
Nachrichten	20,2	34,0	30,4	15,4
Unterhaltungsshows	16,4	32,9	34,0	16,7
Dokumentationen / Reportagen	15,9	26,5	33,0	24,5
Talkshows	14,7	21,1	30,9	33,3
Reality TV / Doku Soaps	12,2	19,1	32,3	36,4
Magazine	9,8	20,6	36,2	33,4
Quizsendungen	6,9	31,9	46,2	15,0

##### *Tiefeninterviews*

In den Interviews sind die beliebtesten Genres ebenfalls die Fernsehserien, gefolgt von Spielfilmen. Unter den Serien sind ebenfalls die Comedyserien besonders beliebt, daneben

werden regelmäßig Soaps oder Fantasyserien gesehen. In den weiteren Genres zeigt sich in den Tiefeninterviews oftmals eine Differenzierung nach einzelnen Formaten, auch wenn ein Genre insgesamt wenig beliebt ist, kann es hier einzelne Ausnahmen geben, die in der Beliebtheit deutlich abweichen.

Grundsätzlich sehen die Jugendlichen beispielsweise eher selten Magazine, aber viele sehen gerne *Galileo*, ein Wissensmagazin für Jugendliche, das auf PRO 7 ausgestrahlt wird. Das Genre Magazin ist also unbedeutend bei der Zielgruppe für diese Studie, diese einzelne Sendung wird aber nahezu von allen TN der Interviews gesehen. Vereinzelt sehen die TN auch Reality Shows, in erster Linie *Germanys next Topmodel* bei den Mädchen und bei den Jungen eher Quizsendungen. Insgesamt sind die Shows aber für die Zielgruppe wenig bedeutend.

Offensichtlich hat in den letzten Jahren auch die Bedeutung von Zeichentricksendungen bei den Jugendlichen abgenommen, im direkten Gespräch erzählen aber fast alle TN, dass sie *Die Simpsons* gerne sehen, das ist ganz offensichtlich die allgemein beliebte Ausnahme bei den Zeichentrickserien. Ab und zu sehen die TN auch Nachrichten, teilweise auch die Kindernachrichten (*logo!*) auf KiKa, die Nachrichten werden bei den meisten Jugendlichen aber scheinbar nur „nebenbei“ gesehen und nicht als Motiv zum Fernsehen betrachtet. Lediglich eine Jugendliche sieht gerne die Kindernachrichten auf dem Kika als gezielte Wahl.

### 6.1.2.6 Beliebte Themen im Fernsehen

#### Schriftliche Befragung

**Tabelle 12: Wie gefallen Dir diese Themen in Serien?**

Mir gefällt ...	sehr gut %	gut %	weniger gut %	gar nicht gut %
Abenteuer/Action	45,9	32,1	16,3	5,7
Grusel/Horror	39,0	23,9	18,7	18,5
Krimi/Thriller	36,5	31,1	18,5	13,9
Science Fiction/Mystery	24,9	26,0	27,7	21,4
Kampf/Wettbewerb	24,8	25,1	29,0	21,1
Liebe/Beziehung	22,0	24,7	26,8	26,4
Natur/Tiere	20,3	30,2	32,6	17,0
Recht/Gericht	18,6	34,2	27,6	19,6
Familie/Freunde	17,6	35,5	27,6	19,2
Arzt/Krankenhaus	10,5	20,7	31,9	36,8

Die beliebtesten Themen in Fernsehserien sind unter den befragten Jugendlichen Abenteuer/Action, gefolgt von Krimi/Thriller und Grusel/Horror. Etwa der Hälfte der befragten Ju-

gendlichen gefallen auch die Themen Familie/Freunde, Recht/Gericht, Natur/Tiere, Kampf/Wettbewerb und Liebe/Beziehung. Weniger beliebt ist das Thema Arzt/Krankenhaus.

### *Tiefeninterviews*

In den Tiefeninterviews bevorzugen die Jugendlichen vor allem lustige Sendungen – unabhängig vom konkreten Thema –, aber auch spannende Sendungen und besonders die Jungen auch Action. In den Tiefeninterviews zeigt sich zudem eine stärkere Differenzierung der Vorlieben, neben den wenigen bei allen beliebten Sendungen gibt es doch individuelle Vorlieben, die sich nur vorsichtig generalisieren lassen. Unter den Serien erfreuen sich zum Beispiel Vampirgeschichten oder Familiengeschichten einiger Beliebtheit, das sehen öfter Mädchen sehr gerne. Auch Krimis kommen bei den Jugendlichen gut an, wobei sich hier teilweise eine Differenzierung nach Alter andeutet, obwohl die Jugendlichen in den Tiefeninterviews nur maximal zwei Jahre auseinander sein können. Die jüngeren TN sehen gerne Jugendserien, die älteren eher Krimis, Fantasy, Grusel oder Soaps. Sendungen über Tiere kommen teilweise bei den Mädchen gut an, die Jungen bevorzugen öfter Comedyserien.

### **6.1.2.7 Gesellschaft beim Fernsehen**

#### *Schriftliche Befragung*

**Tabelle 13: Mit wem siehst Du gerne fern?**

Ich sehe gerne fern ...	sehr gerne %	gerne %	weniger gerne %	gar nicht gerne %
alleine	47,8	34,6	13,7	3,9
mit Freunden	36,3	40,4	15,2	8,1
mit den Eltern	18,6	37,1	29,4	14,9
mit Geschwistern	21,4	27,5	23,7	27,5

Fragt man die Jugendlichen, mit wem sie gerne fernsehen, so sieht der überwiegende Teil gerne alleine fern, sehr viele aber auch mit Freunden. Etwas mehr als die Hälfte sieht auch gerne mit den Eltern fern, etwas weniger als die Hälfte dagegen mit Geschwistern.

### *Tiefeninterviews*

In den Interviews geben alle Jugendlichen an, gerne alleine fernzusehen. Nur wenige sehen gelegentlich zusammen mit anderen Personen fern, falls doch, dann meist zusammen mit den Eltern. Manche der befragten Jugendlichen sehen auch ab und zu zusammen mit Geschwistern fern – nicht immer mit Begeisterung. Mit Freunden reden die Jugendlichen gerne über Fernsehen und wenn es sich ergibt, sehen sie auch gemeinsam mit Freunden fern, allerdings kommt das im Alltag nicht so häufig vor. Hier ergibt sich in den direkten Ge-

sprächen eine Abweichung zwischen dem Wunsch und den faktischen Gelegenheiten zur Gesellschaft beim Fernsehen.

Ein Jugendlicher sieht ab und an auch zusammen mit der Großmutter fern, dann sieht er mit ihr die Soaps, die der Großmutter gefallen und findet sie auch gut. Einzelne Kinder, deren Eltern getrennt leben, sehen gerne zusammen fern mit dem Elternteil, bei dem sie nur am Wochenende sind, weil das eine gemeinsame Aktivität für sie ist, die sie nur selten genießen können.

#### **6.1.2.8 Tageszeit zum Fernsehen**

##### *Schriftliche Befragung*

Im Hinblick auf die Tageszeit bevorzugen die Jugendlichen ganz eindeutig den Abend, noch vor dem Wochenende. Etwa zwei Drittel sehen gerne am Nachmittag nach der Schule fern. Etwas weniger als die Hälfte sieht nebenbei, egal wann, fern, darüber hinaus sieht deutlich weniger als die Hälfte nachts fern. Nur wenige der befragten Jugendlichen sehen gerne morgens oder vormittags fern.

**Tabelle 14: Wann siehst Du gerne fern, wenn es möglich ist?**

Ich sehe fern ...	sehr gerne %	gerne %	weniger gerne %	gar nicht gerne %
morgens, vormittags	6,3	13,1	28,6	52,0
nach der Schule, nachmittags	33,4	32,7	17,6	16,3
abends	68,9	27,2	2,8	1,2
am Wochenende	57,2	31,6	8,7	2,5
nachts	21,8	22,1	24,4	31,7
egal wann, nebenbei	19,1	28,6	25,8	26,5

##### *Tiefeninterviews*

Auch in den Tiefeninterviews bestätigt sich die Vorliebe der Jugendlichen für den Fernsehabend, wobei es sich dabei häufig um den Vorabend handelt. Nur 2 TN geben an, erst nach 20.00 Uhr mit dem Fernsehen zu beginnen, alle anderen starten ihren Fernsehabend zwischen 17.00 und 19.00 Uhr, einige sehen während der Woche nicht länger als bis zum frühen Abend fern. Nachdem einige Kinder auch berichten, dass ihre Fernseh- bzw. Medienzeit von den Eltern begrenzt wird, ist die erlaubte Zeit am Abend oft um, wenn das Vorabendprogramm vorbei ist. Andere Einschränkungen von den Eltern gibt es laut den TN wenig, manchmal fragen die Kinder auch jeweils im Einzelfall, ob sie fernsehen dürfen.

Nur am Wochenende dürfen die meisten Jugendlichen abends länger fernsehen, nur einzelne sehen dann auch nachts fern. Nur 4 TN sehen auch mittags oder am frühen Nachmit-



tag nach der Schule fern, hauptsächlich Mädchen. Nur zwei TN geben an, auch manchmal morgens fernzusehen, dann handelt es sich in der Regel um ein Morgenmagazin.

### 6.1.2.9 Gespräche über Fernsehen

#### *Schriftliche Befragung*

Gespräche über Fernsehen führen die Jugendlichen am liebsten mit Freunden oder Schulkameraden. Auch mit anderen Fans ihrer Lieblingssendungen tauschen sich die Jugendlichen gerne zum Fernsehen aus. Weniger gerne reden die befragten Jugendlichen mit ihren Geschwistern über Fernsehen, noch weniger mit ihren Eltern oder Großeltern. Etwa ein Fünftel der Befragten will sich mit niemandem über Fernsehen austauschen. Das Gespräch mit Lehrern über Fernsehen ist bei den befragten Jugendlichen gänzlich unpopulär.

**Tabelle 15: Mit wem redest Du über Fernsehen?**

Ich rede mit ...	sehr gerne %	gerne %	weniger gerne %	gar nicht gerne %
mit Freunden	52,6	32,8	9,4	5,2
mit anderen Fans meiner Lieblingssendungen	40,5	29,2	12,7	17,7
mit Schulkameraden	38,0	38,9	15,8	7,3
mit meinen Geschwistern	15,5	29,1	28,4	27,0
mit niemandem	10,2	10,8	24,7	54,3
mit den Eltern oder Großeltern	7,9	20,6	32,4	39,2
mit Lehrern	7,0	1,3	10,8	87,2

#### *Tiefeninterviews*

In den Tiefeninterviews ergibt sich ein ähnliches Bild, allerdings lässt es sich hier stärker differenzieren. Die meisten Jugendlichen reden gerne über Fernsehen, nur einzelne tun das gar nicht. Die meisten sprechen mit ihren Freunden oder Schulkameraden über Fernsehen, das gehört oft zum Alltagsgespräch der Jugendlichen. Manche sprechen auch mit den Eltern oder Geschwistern darüber. Am spannendsten ist das Gespräch mit den Personen, die dieselben Sendungen oder Filme gesehen haben oder gar regelmäßig sehen (zum Beispiel bei Serien oder Fortsetzungsshow). Wirklich wichtig finden es die Jugendlichen aber nicht, über Fernsehen zu reden, es ist eher Zeitvertreib oder gehört zu den alltäglichen Gesprächsthemen. Bei Fortsetzungen tauscht man sich auch darüber aus, wie es wohl weitergehen mag und wen man in einer Serie oder Show mag und wen nicht.

Die Mädchen zeigen am Gespräch über Fernsehen mehr Interesse als die Jungen, die Jungen sprechen eher über Fernsehen, wenn es sich eben ergibt, „wenn man mal so auf das Gesprächsthema draufkommt“. Das Motto ist hier eher: „Na ja, es muss nicht sein, aber man

macht's halt.“ Die Mädchen dagegen sprechen darüber mehr, in der Schule, „man fragt, ob die anderen das auch gesehen haben, was da war und was da witzig war.“ Am liebsten reden die Mädchen mit anderen Mädchen darüber, wenn sie dieselben Sendungen sehen: „Also ich finde es ist halt besser, wenn es eine gemeinsame Sache ist. Wenn man gemeinsam etwas kuckt, dann macht es mehr Spaß.“ Spaß scheint beim Gespräch über Fernsehen im Vordergrund zu stehen, über problematische Inhalte wird dagegen offenbar wenig gesprochen. Wenn das Fernsehprogramm die Jugendlichen wirklich länger beschäftigt oder ihnen etwas nachgeht, dann sind es weniger ihre Filme oder Serien, sondern eher Nachrichten oder traurige Dinge, die erklärt oder gezeigt wurden. Darüber denken sie öfter im Nachgang nach. Großen Gesprächsbedarf haben die Jugendlichen aber nicht, offenbar bewältigen sie diese Dinge gut alleine. Wenn etwas zu gruselig ist, dann schalten sie weg, da sorgen die Jugendlichen für sich.

#### **6.1.2.10 Beliebte Helden oder Personen im Fernsehen**

##### *Schriftliche Befragung*

Die beliebtesten Helden oder Personen im Fernsehen sind bei den befragten Schülerinnen und Schülern mit Abstand Jugendliche wie sie. Mehr als die Hälfte mag auch Erwachsene oder Monster bzw. Bösewichte. Etwas weniger als die Hälfte sieht gerne starke Kämpfer, Familien oder Kinder, Tiere/Fabelwesen oder fremde Völker. Nur etwas mehr als einem Drittel der befragten Jugendlichen gefallen weise Magier oder Außerirdische und Aliens.

**Tabelle 16: Wie sehr gefallen Dir solche Personen oder Helden in Serien?**

Mir gefallen ...	sehr gut %	gut %	weniger gut %	gar nicht gut %
Jugendliche wie ich	34,1	42,0	15,9	8,0
Monster, Bösewichte	26,5	23,8	23,3	26,4
Tiere, Fabelwesen	20,2	22,4	28,3	29,1
starke Kämpfer	19,7	25,3	32,7	22,2
weise Magier	17,6	20,8	30,4	31,1
Erwachsene	17,4	39,7	26,0	16,8
fremde Völker	17,0	24,7	31,3	27,0
Außerirdische, Aliens	16,9	18,4	25,9	38,8
Kinder	16,2	28,1	33,3	22,5
Familien	13,6	30,7	33,6	22,1

##### *Tiefeninterviews*

Bei den direkten Gesprächen mit den Jugendlichen gab es nicht die beliebte oder unbeliebte Kategorie von Charakteren, vielmehr haben die befragten Jugendlichen ihre Helden

anhand von bestimmten Charaktermerkmalen beschrieben. In den Tiefeninterviews werden Helden von den Jugendlichen daher meist als Personen definiert, die nett sind und anderen helfen. Auch lustige und schlaue Typen sind bei mehreren der befragten Jugendlichen beliebt. Es kommt bei den Jugendlichen gut an, wenn die Helden etwas Besonderes machen, aber sie sollen sich nicht für etwas Besonderes halten. Starke Charaktere, die aber normal sind und nicht arrogant, freundlich und „nicht zickig“ gefallen den befragten Jugendlichen am meisten. Sie sollen sympathisch sein und wenn sie gut aussehen, ist es nicht von Nachteil. Sie sollen auch nicht zu ernst sein. Einigen gefallen auch Personen, die etwas Besonderes erleben, die lustig sind und Streiche spielen; starke Typen, die die Welt retten; lustige und sportliche Typen, eher schlaue Typen; einzelnen gefallen auch Charaktere mit Superkräften oder manchmal Bösewichte. Die Mehrheit steht auf wenig eingebildete Charaktere, die anderen Gutes tun und sich für positive Werte einsetzen. Überhaupt nicht beliebt sind Böswichte, die antisoziale Verhaltensweisen an den Tag legen und aus der Gesellschaft herausfallen. Wenn einmal nicht die positiven Typen gefallen, dann haben die Jugendlichen trotzdem klare Kriterien dafür, deren Verhalten einzuordnen und zu bewerten. Sie versetzen sich dann in deren Situation und messen deren Motivation an deren Rahmenbedingungen, z.B. bei Vampirserien, in denen die Helden Dinge tun, die für einen normalen Menschen nicht in Frage kommen. Kein einziger der befragten Jugendlichen war fasziniert von per se „bösen“ oder vielmehr antisozialen Helden, die anderen ohne Grund Schaden verursachen.

#### **6.1.2.11 Fernseherlebnisse**

##### *Schriftliche Befragung*

Bei den Fernseherlebnissen der befragten Jugendlichen steht in der schriftlichen Befragung Spannung an der Spitze, die Befragten möchten mitfiebern, Abenteuer und Gerechtigkeit erleben. Sich ausruhen ist der zweite große Pol, die Gegenqualität von Spannung und Abenteuer, die für die Jugendlichen beim Fernsehen eine wichtige Qualität darstellt. Zudem wollen die Jugendlichen Fremdes kennenlernen, andere sehen, die denken wie sie, etwas erleben, das es im normalen Leben nicht gibt, Freunde finden oder in andere Welten tauchen. Feinde besiegen oder sich stark fühlen will nur etwa die Hälfte, Aggressionen loswerden sogar weniger als die Hälfte.

**Tabelle 17: Was willst Du beim Fernsehen gerne erleben?**

Ich möchte ...	sehr gerne %	gerne %	weniger gerne %	gar nicht gerne %
Spannung erleben	66,0	27,3	5,0	1,8
mitfiebern	50,9	30,1	13,2	5,9

Ich möchte ...	sehr gerne %	gerne %	weniger gerne %	gar nicht gerne %
Abenteuer erleben	47,7	30,6	16,8	4,9
etwas erleben, das es im normalen Leben nicht gibt	43,6	26,3	19,5	10,6
mich ausruhen	38,6	37,1	16,8	7,6
in andere Welten tauchen	37,4	29,4	24,3	8,8
Gerechtigkeit erleben	36,3	38,5	16,8	8,4
Freunde finden	35,7	31,9	20,9	11,5
andere sehen, die denken wie ich	35,6	35,0	21,7	7,7
Fremdes kennen lernen	34,4	36,8	21,5	7,2
Feinde besiegen	27,4	24,8	31,5	16,3
Glücksgefühle erleben	24,8	37,3	29,0	8,9
Aggressionen loswerden	21,3	24,1	30,7	24,0
mich stark fühlen	19,3	31,3	34,5	14,9

### *Tiefeninterviews*

Im direkten Gespräch mit den Jugendlichen verändert sich die Bewertung wieder etwas, wie es sich auch schon bei den beliebten Themen und bei den Dingen, die den Jugendlichen am Fernsehen besonders gefallen, gezeigt hat. Schöne Geschichten, Entspannung, Spaß und Lustiges stehen im direkten Gespräch unter den positiven Erlebnissen beim Fernsehen deutlich im Vordergrund. Die allermeisten der befragten TN wollen sich zuerst amüsieren, lachen und entspannen. Fernsehen wird in allererster Linie als kurzweiliger und witziger Zeitvertreib betrachtet und auch gesucht. Spannung und der Ausflug in die Fantasie stehen in den Tiefeninterviews erst an zweiter Stelle, hier bestätigt sich wieder die veränderte Priorisierung in den Tiefeninterviews, die sich oben schon gezeigt hat. Spannung und das intensive Verfolgen von Geschichten bereitet den Jugendlichen viel Vergnügen und ist wichtiger Teil der Fernsehunterhaltung, das unbeschwerte Amusement der heiteren Entspannung wird aber im direkten Gespräch als noch wichtiger hervorgehoben. In diesem Rahmen scheinen sich die beiden Unterhaltungsformen aber nicht zu widersprechen. Es hat den Anschein, dass das Fernsehen als grundsätzlich entlastende und eher passiv erlebte Beschäftigung Raum für beides gleichermaßen bietet. Information und Lieblingspersonen sehen sind nach den Tiefeninterviews nur für einzelne wichtig. Wenn man allerdings die Berichte zu den Gesprächsthemen berücksichtigt, gehört es scheinbar schon zum festen Ritual rund um das Fernsehen und ist bei den Jugendlichen beliebt, wenn man die Ereignisse rund um seine Fernsehhelden oder Lieblingspersonen regelmäßig verfolgt und regen Anteil daran nimmt.

### **6.1.3 Diskussion anhand von Uses & Gratifications**

Blickt man zurück auf die Motive und Gratifikationen nach U&G (Information, Unterhaltung inkl. Eskapismus und Entspannung, persönliche Identität sowie Integration und soziale Interaktion), dann stehen Eskapismus und Entspannung am höchsten im Kurs, vor Unterhaltung und Information. Die Jugendlichen sehen meist gezielt bestimmte Sendungen und möchten vor allem Neuigkeiten aus dem Fernsehen erfahren. Für die meisten ist Fernsehen ein (fast) täglicher Begleiter, der für Spaß und Entspannung steht, aber auch für Spannung und Abenteuer. Spannung erleben ist ein wichtiges Erlebnis beim Fernsehen für die Jugendlichen, neben eskapistischen Erlebnissen. Der Motivkatalog aus U&G wird voll bestätigt, Fernsehen befriedigt eine Reihe von Bedürfnissen für die Jugendlichen. Informationssuche, Stimmungsmanagement sowie die Suche nach Entspannung werden von den Jugendlichen abwechselnd und teilweise kombiniert angewandt und können durch das Fernsehen auch gestillt werden. Die Jugendlichen sehen vorwiegend Serien, Spielfilme und Comedys und wissen in der Regel, was sie von ihren bevorzugten Formaten erwarten können. Daher bekommen sie auch häufig, was sie suchen und erleben das Fernsehen vorwiegend positiv. Spezielle Vorlieben oder sexualisierte Motive für das Fernsehen waren unter den befragten Jugendlichen nicht zu finden. Die Bedürfnisse nach persönlicher Identität und sozialer Interaktion werden an dieser Stelle noch nicht weiter erläutert, um in den folgenden Abschnitten näher betrachtet zu werden.

Die Jugendlichen sehen vorwiegend alleine oder mit Freunden fern, vor allem abends (Vorabend eingeschlossen) oder am Wochenende, wenn andere Verpflichtungen und Freizeitbeschäftigungen Raum dafür lassen. Sie sprechen auch mit ihren Freunden über Fernsehen und sie orientieren sich zwischenmenschlich teilweise an dem, was sie im Fernsehen sehen. Fernsehen hat also auch eine soziale Funktion für die Jugendlichen und bedient zwischenmenschliche Bedürfnisse im Umfeld des Fernsehens.

Die Jugendlichen möchten das Fernsehen nicht missen, messen ihm aber keine übertriebene Bedeutung bei und haben ein sehr unverkrampftes Verhältnis zum Fernsehen. Keiner der befragten Jugendlichen lässt das Fernsehen sein Leben dominieren, zur Not könnten sie auch ohne leben. Für keinen der befragten Jugendlichen hatten seine Fernsehhelden eine so starke Bedeutung, dass davon eine Gefahr ausgehen könnte oder das Wertesystem und das Verhalten der Jugendlichen dadurch dominiert werden könnten.

### **6.1.4 Fazit zur Validierung des Untersuchungsdesigns**

Die Fragestellung dieser Untersuchung wird mit einem Untersuchungsdesign bearbeitet, das qualitative und quantitative Methoden kombiniert. Deshalb wurde in einem ersten Schritt eine quantitative Befragung durchgeführt, der eine Reihe von leitfadengestützten Tiefeninterviews folgte, welche auf den Fragestellungen und Ergebnissen aus der vorangegangenen

quantitativen Befragung aufbaute. In diesem Abschnitt wurden die beiden Stichproben verglichen und überprüft, ob sie für das gewählte Szenario gut kompatibel sind. Das ist eine wichtige Grundvoraussetzung für den Erfolg der gewählten Untersuchungsstrategie.

Auf Basis der obigen Übersicht über die Ergebnisse zur Zusammensetzung und inhärenten Struktur der beiden Stichproben wurde die Kompatibilität der beiden empirischen Untersuchungsschritte aufgezeigt und überprüft. Aus den bisher dargestellten Erträgen aus der schriftlichen Befragung und den Tiefeninterviews lässt sich gut erkennen, dass die beiden Teile der Befragung gut miteinander harmonisieren und ihre Ergebnisse sich wechselseitig ergänzen. Die Zusammensetzung der beiden Stichproben stimmt in den wesentlichen Eckdaten überein und stellt formal die Grundlage dafür dar, berechtigt davon auszugehen, dass die befragten Jugendlichen dieselbe Grundgesamtheit repräsentieren. Ein kurzer Blick in Inhalte wie Fernsehgewohnheiten und Fernseherlebnisse zeigt darüber hinaus, dass die Jugendlichen in den Tiefeninterviews ähnliche Fernsehvorlieben haben und auch ähnliche Fernseherlebnisse suchen, bei der gleichen Bandbreite an Möglichkeiten und Auswahl. Damit ist gesichert, dass über die demographischen Merkmale hinaus eine Übereinstimmung zwischen den beiden Stichproben besteht und Vergleichbarkeit auch inhaltlich gegeben ist. Daher darf auch für alle anderen Fragen im Rahmen dieser Untersuchung angenommen werden, dass die beiden Teile der Untersuchung im Sinne der Methodentriangulation sinnvoll aufeinander aufbauen und ein Mehr an verlässlicher Information zum Thema bieten als jeder Schritt für sich. Die Validität der Erhebung sollte dadurch positiv beeinflusst werden.

## **6.2 *Wahrnehmung der Jugendlichen von sich und ihren Helden im Vergleich***

In diesem Abschnitt werden die zentralen Untersuchungsergebnisse dieser Studie dargestellt, die zentrale Forschungsfrage beantwortet und die zugehörigen Hypothesen getestet. Die Ergebnisse werden nach Geschlecht und Schulbildung differenziert. Konkret werden in einem Durchgang je Antwortbatterie folgende Fragen und Hypothesen betrachtet:

- Forschungsfrage 3.1: Welche Heldentypen wählen die Jugendlichen bevorzugt? Wählen sie eher Helden, die ihnen selbst ähnlich sind oder wählen sie eher ihre Antitypen?
  - Hypothese: Sie wählen eher Typen, die ihnen ähnlich sind.
- Forschungsfrage 3.2: Welche Stärken, Eigenschaften, Gedanken, Erlebnisse und welches Verhalten suchen Jugendliche bei ihren Helden und welche haben sie selbst im Vergleich?

- Hypothese: Die Einschätzungen für Helden und Jugendliche sind analog, wenn auch unterschiedlich ausgeprägt. Je stärker die Jugendlichen bestimmte Merkmale selbst zeigen, desto stärker suchen sie diese auch bei ihren Helden.
- Hypothese: Die zentralen Eigenschaften der Helden sind häufig ausgeprägter als bei den Jugendlichen selbst. D. h. die Ausprägungen der Werte für die Helden sind häufig höher als bei den Jugendlichen selbst.
- Forschungsfrage 3.3: Wie unterscheiden sich die Bewertungen von Mädchen und Jungen bezüglich ihrer Helden und sich selbst?
- Forschungsfrage 3.4: Wie unterscheiden sich die Bewertungen von Haupt-, Real- und Gymnasiasten bezüglich ihrer Helden und sich selbst?

Im zweiten Abschnitt des Fragebogens werden die Jugendlichen direkt nach der Wahrnehmung ihrer Lieblingshelden und nach ihrer Eigenwahrnehmung befragt. Außerdem geben sie Auskunft über ihre Erlebniswünsche beim Fernsehen und die Einschätzung ihrer Lebenssituation im Vergleich zu ihren Lieblingshelden. Die Antworten auf diese Fragen spiegeln vor allem die subjektive Erfahrung beim Fernsehen wider und beschreiben damit das innere Erleben der Jugendlichen im Hinblick auf Fernsehen.

Die Frage, in welchem Zusammenhang die Stärken, Eigenschaften, Gedanken, Erlebnisse und das Verhalten der Jugendlichen zu dem ihrer Helden stehen, ist im Rahmen dieser Arbeit besonders wichtig. Die zentrale Hypothese im Hinblick auf die Wahrnehmung und Bewertung der Fernsehhelden durch die Jugendlichen besagt, dass die Jugendlichen bei der Auswahl und Bewertung ihrer Helden ihre persönlichen Lebenseinstellungen zum Maßstab machen und sich selbst daher tendenziell ähnlich einschätzen wie ihre Helden, sei es auch weniger ausgeprägt. Dabei ist den Jugendlichen natürlich klar, dass sie nicht dieselben Lebensbedingungen haben wie ihre Helden und für ihr Verhalten auch nicht dieselben Rahmenfaktoren. Dennoch ist davon auszugehen, dass die Selbsteinschätzung der befragten Jugendlichen und die Einschätzung ihrer Helden durch die Jugendlichen in engem Zusammenhang stehen.

Die im Fragebogen wesentlichen Fragen für die Hypothese bezüglich der Lebenseinstellungen der Jugendlichen und der Bewertung ihrer Helden sind die Fragen, in denen die Selbsteinschätzung der Jugendlichen und deren Einschätzung ihrer Helden direkt verglichen werden kann, da die Antwortbatterien im Fragebogen analog aufgebaut sind. Damit ist es möglich, die Eigenwahrnehmung der Jugendlichen der Sicht auf ihre Helden unmittelbar gegenüberzustellen. Die hier beschriebenen Fragen wurden jeweils paarweise in einer Kreuztabelle mit Chi-Quadrat-Test und Korrelationen nach Kendalls Tau-b auf Ähnlichkeiten ge-

prüft. Zusätzlich wurden die Mittelwerte der jeweiligen Fragenpaare mit T-Tests und Varianzanalysen auf Unterschiede hin untersucht.<sup>34</sup> Die statistischen Ergebnisse, die im Haupttext nicht dargestellt werden können, sind im Anhangsband dokumentiert.

Die Ausführungen zu den Ergebnissen aus der schriftlichen Befragung werden jeweils mit den korrespondierenden Ergebnissen der Tiefeninterviews zu diesen Vergleichen ergänzt. Im Anschluss an die Ergebnisdarstellung werden jeweils die Forschungsfragen beantwortet und die Hypothesen bewertet. Schließlich wird je Ergebnisblock eine Diskussion der Ergebnisse im Hinblick auf die verwendeten Theorien und Modelle geführt.

### 6.2.1 Heldentypen

Sieht man sich genauer an, welche Typen von Helden und Jugendlichen sich in den Daten widerspiegeln, dann zeigen sich mehr Ähnlichkeiten als Unterschiede. Dazu wurden zu den vergleichenden Fragenbatterien Faktorenanalysen durchgeführt<sup>35</sup>, in denen je 4 Faktoren betrachtet wurden. In Variationen zeichnen sich oft ähnliche, teilweise auch dieselben Typen bei Helden und Jugendlichen ab. Sie erklären die Daten aber oft in unterschiedlichem Ausmaß.<sup>36</sup>

**Tabelle 18: Typen bei den Stärken der Helden und Jugendlichen im Vergleich**

Typ	Helden Varianz in %	Jugendliche Varianz in %
der helfende Problemlöser	35,4	6,3
der starke Überflieger	10,4	30,8
der beliebte Angepasste	8,1	10,2
der Selbstsichere	6,0	7,3

Bei den Stärken zeigen sich bei Helden und Jugendlichen die Typen „helfender Problemlöser“, „starker Überflieger“, beliebter Angepasster“ und „Selbstsicherer“. Während bei den Jugendlichen der „helfende Problemlöser“ den geringeren Teil der Daten erklärt, ist es bei den Helden der größere Teil. Bei den Jugendlichen dominiert der „starke Überflieger“ vor dem „beliebten Angepassten“ und dem „Selbstsicheren“. Es laden in der Regel dieselben Variablen auf die einzelnen Faktoren, bei den Helden oft deutlicher als bei den Jugendlichen. Die Jugendlichen schätzen sich stärker und sicherer ein als ihre Helden, trauen sich aber weniger zu, andere zu lenken und für sich zu begeistern und schwierige Situationen zu meistern.

<sup>34</sup> Weitere Ergebnisse zu den statistischen Auswertungen finden sich im Anhangsband, die Lesbarkeit des Textes soll nicht durch zu viele Datentabellen beeinträchtigt werden.

<sup>35</sup> Extraktionsmethode: Hauptachsenanalyse, Rotationsverfahren: Varimax.

<sup>36</sup> Tabellen zu den Detaildaten der Faktorenanalysen finden sich im Anhang.



Bei den Eigenschaften sind drei der vier Typen sehr ähnlich bei Jugendlichen und Helden, ein Typ unterscheidet sich. Gemeinsam haben sie die Typen der „perfekte Besserwisser“, der „sozial Integrierte“ und der „beliebte Bewunderte“. Während bei den Helden noch ein „starker Kämpfer“ hinzukommt, erreichen die Jugendlichen hingegen ihre Ziele offensichtlich eher als „zähe Erfolgreiche“. Die Stärke und Sicherheit, die sie selbst im Vergleich zu ihren Helden nicht haben, kompensieren sie dadurch, dass sie sich nicht unterkriegen lassen und darauf vertrauen, dass sie nicht ungerecht behandelt werden.

**Tabelle 19: Typen bei den Eigenschaften der Helden und Jugendlichen im Vergleich**

Typ	Helden Varianz in %	Jugendliche Varianz in %
der perfekte Besserwisser	30,4	29,8
der sozial Integrierte	13,8	12,0
der starke Kämpfer	7,7	
der zähe Erfolgreiche		7,8
der beliebte Bewunderte	6,0	6,9

**Tabelle 20: Typen beim Verhalten der Helden und Jugendlichen im Vergleich**

Typ	Helden Varianz in %	Jugendliche Varianz in %
der harte Kämpfer	25,3	23,4
der sozial Integrierte	20,0	19,2
der schlaue Problemlöser	6,7	8,0
der Durchsetzungsstarke	6,3	7,1

Blickt man auf das Verhalten der Jugendlichen und Helden im Vergleich, so zeichnen sich dieselben Typen mit derselben Reihenfolge im Einfluss ab. Auch die Unterschiede in der Erklärungskraft sind nur gering. Es laden zudem dieselben Variablen auf die Faktoren, bei den Helden oft ausgeprägter als bei den Jugendlichen. Nur ihre Durchsetzungsstärke verstärkt sich bei den Jugendlichen im Vergleich zu ihren Helden offensichtlich dadurch, dass sie gelegentlich auf den Tisch hauen.

**Tabelle 21: Typen bei den Erlebnissen der Helden und Jugendlichen im Vergleich**

Typ	Helden Varianz in %	Jugendliche Varianz in %
der strahlende Sieger	25,7	15,0
der unglückliche Verfolgte		24,7
der einsame Betrogene	14,9	5,7
der gute Kämpfer	7,8	
der einsame Unverstandene		7,3
der unglückliche Ungeduldige	5,8	

Bei den Erlebnissen zeigen sich die größten Unterschiede. Hier haben Jugendliche und Helden zwei Typen gemeinsam, zwei Typen unterscheiden sich. „Der strahlende Sieger“ ist bei den Jugendlichen seltener, aber auch der „einsame Betrogene“. Die Jugendlichen fühlen sich öfter verfolgt oder unverstanden und sie können ihre Verfolger oder Feinde weniger erfolgreich bekämpfen als ihre Helden.

Bei den Gedanken zeichnen sich ebenfalls dieselben Typen bei Helden und Jugendlichen ab, allerdings in zwei Fällen mit unterschiedlicher Gewichtung. Während bei den Jugendlichen der „Klarsichtige“ deutlich im Vordergrund steht, ist es bei den Helden der „Leistungsorientierte“. Entsprechend laden je Fokus mehr Variablen auf diese Faktoren, ansonsten sind die Typen bei Jugendlichen und Helden ähnlich gelagert. Allenfalls haben es die „engagierten Helfer“ unter den Helden weniger leicht und die „misstrauischen Kämpfer“ unter den Jugendlichen sind nicht ganz so selbstbewusst wie ihre Helden.

**Tabelle 22: Typen bei den Gedanken der Helden und Jugendlichen im Vergleich**

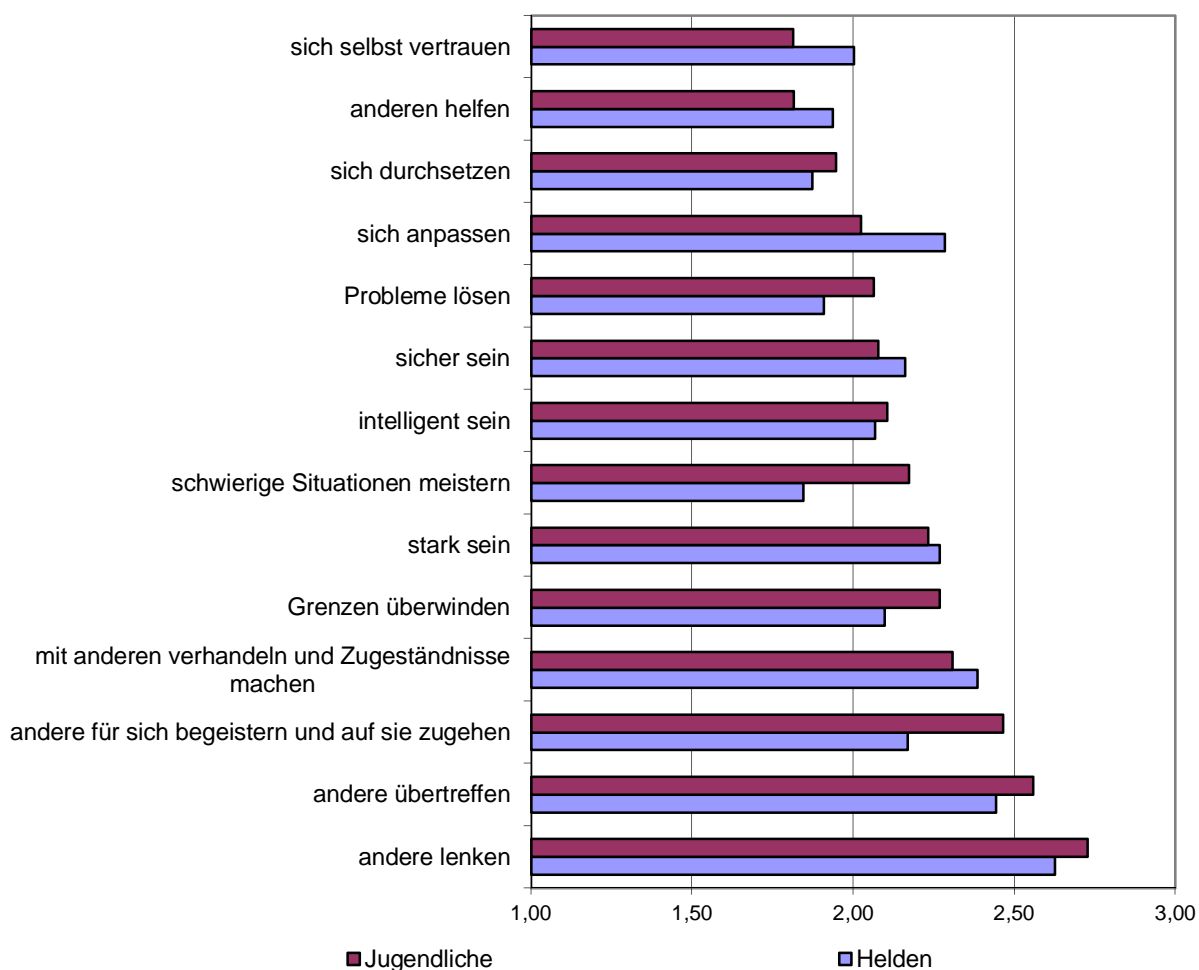
Typ	Helden Varianz in %	Jugendliche Varianz in %
der Leistungsorientierte	23,8	7,8
der misstrauische Kämpfer	15,6	14,7
der Klarsichtige	6,7	23,3
der engagierte Helfer	6,0	6,1

Die Jugendlichen wählen also als Helden nicht ihre Antitypen, sondern Typen, die ihnen über weite Strecken sehr ähnlich sind. Die Hypothese wird damit bei den Typenbildungen über weite Strecken deutlich bestätigt, die Heldentypen unterscheiden sich von denen der Jugendlichen nur punktuell. Wenn das der Fall ist, ist es wohl darauf zurückzuführen, dass die Helden der Jugendlichen im Vergleich andere Möglichkeiten haben, ihre Ansprüche und Ideale umzusetzen. In der Regel zeigen sich die Unterschiede bei Themen wie Durchsetzungsstärke oder Wirkung auf andere. Die Unterschiede sind aber deutlich weniger schwerwiegend als die Gemeinsamkeiten zwischen den Jugendlichen und ihren Helden. Die Hypothese kann also weitgehend bestätigt werden, mit wenigen punktuellen Abweichungen.

### **6.2.2 Stärken der Helden und Jugendlichen**

Betrachtet man die Ergebnisse zu den Stärken der Helden und Jugendlichen im Vergleich, so zeichnet sich einerseits eine Verteilung der Antworten im Sinne der Hypothese ab, die Tendenzen sind bei der Einschätzung der Jugendlichen im Hinblick auf ihre Helden und sich selbst ähnlich. Gleichzeitig gibt es durchaus bemerkenswerte Ergebnisse zu einzelnen Statements, die sehr wohl eine differenzierte Bewertung der Jugendlichen nahelegen. Für alle Vergleiche gilt: Je kleiner die Mittelwerte sind, desto stärker ist das Merkmal ausgeprägt.

Abbildung 5: Mittelwerte zu Stärken von Jugendlichen und Helden im Vergleich



Die Höhe der Mittelwerte variiert etwas zwischen den Helden und den Jugendlichen, auch dies im Sinne der Hypothese. Alle Fragenpaare zeigen einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Selbstbild der Jugendlichen und der Wahrnehmung ihrer Helden (14 Chi<sup>2</sup> Tests, siehe Tabelle 23). Die verglichenen Statements korrelieren jeweils schwach positiv, aber durchgehend hochsignifikant (Korrelation nach Kendalls Tau-b, siehe Tabelle 23).

Anhand von T-Tests wurde untersucht, wo sich das generelle Selbstbild von Jugendlichen von der Wahrnehmung der Helden unterscheidet. Für 12 von 14 Stärken wurden signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .03$ , siehe Abbildung 10), die allerdings oftmals nur geringfügig sind. Nicht signifikant sind die Unterschiede lediglich für „stark sein“ und „intelligent sein“. Die Mittelwertdifferenzen schwanken moderat zwischen -0,33 und 0,26 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem geringfügig größeren Korridor von -0,39 und 0,33 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

**Tabelle 23: Mittelwerte zu Stärken von Jugendlichen und Helden im Vergleich**

Item	Jugendliche		Helden		Chi Quadrat*		Kendalls Tau b	
	MW	SD	MW	SD	$\chi^{2**}$	df	r**	N
anderen helfen	1,81	0,72	1,94	2,19	205,10**	9	0,32**	932
sich selbst vertrauen	1,81	0,81	2,00	2,19	152,52**	9	0,22**	930
sich durchsetzen	1,95	0,79	1,87	2,05	75,71**	9	0,18**	930
sich anpassen	2,02	0,79	2,28	1,98	129,35**	9	0,23**	924
Probleme lösen	2,06	0,72	1,91	1,94	106,58**	9	0,21**	932
sicher sein	2,08	0,79	2,16	1,92	96,28**	9	0,20**	925
intelligent sein	2,11	0,76	2,07	1,89	127,78**	9	0,24**	927
schwierige Situationen meistern	2,17	0,76	1,85	1,83	94,00**	9	0,21**	931
stark sein	2,23	0,77	2,27	1,77	166,46**	9	0,26**	925
Grenzen überwinden	2,27	0,82	2,10	1,73	182,14**	9	0,32**	921
mit anderen verhandeln und Zugeständnisse machen	2,31	0,82	2,39	1,69	96,51**	9	0,20**	922
andere für sich begeistern und auf sie zugehen	2,46	0,84	2,17	1,54	84,13**	9	0,16**	924
andere übertreffen	2,56	0,86	2,44	1,44	225,44**	9	0,34**	920
andere lenken	2,73	0,84	2,63	1,27	168,41**	9	0,29**	919

\* Die erwartete Häufigkeit einer Zelle unter 5 lag bei max. 12,5 Prozent.      \*\*p<.001

In der Mehrheit der Stärken sehen die Jugendlichen die Ausprägung stärker bei ihren Helden als bei sich selbst, durchaus im Einklang mit der Hypothese, dass die absolute Ausprägung zwischen den Helden und Jugendlichen variieren kann. Die Unterschiede sind in den meisten Fällen graduell und nicht grundsätzlicher Natur. Am größten sind die Abstände bei den Stärken „Grenzen überwinden“ und besonders bei „schwierige Situationen meistern“ und „andere für sich begeistern“. Fernsehhelden haben eben auch andere Potenziale als die Jugendlichen, da sie häufig fiktional und damit nicht an die Verhältnisse der Realität gebunden sind. Das ist den Jugendlichen völlig klar, ändert aber nichts an den Werten, die sie bei ihrer Beurteilung zugrunde legen.

Bemerkenswert und im Widerspruch zur Hypothese ist, dass die Jugendlichen bei einigen Stärken ihre eigene Kompetenz höher einschätzen als die ihrer Helden. Besonders auffällig ist das bei den Items „stark sein“, „sicher sein“ und „sich selbst vertrauen“. Ganz offensichtlich sind die Helden der Jugendlichen nicht nur starke Typen, die nicht an sich selbst zweifeln und immer vor Sicherheit strotzen, bzw. es ist vor allem auch zu vermuten, dass das in den Augen der Jugendlichen nicht die bevorzugten Stärken ihrer Helden sind. Das passt gut zu den Auskünften, die viele Jugendliche im Rahmen der Tiefeninterviews gegeben haben und die besagen, dass sie „ganz normale“ Typen mögen, nicht unbedingt nur Superhelden mit übermenschlichen Fähigkeiten. Ihre Helden müssen nicht besonders stark oder perfekt sein, auch wenn es unter ihren Helden solche gibt.

Wenn die Jugendlichen Eigenschaften wie „andere übertreffen“ oder „andere lenken“ bei ihren Helden weniger schätzen, dann sehen sie diese Eigenschaften auch bei sich selbst weniger ausgeprägt. Was sie bei ihren Helden gut finden, das sehen sie auch bei sich selbst als stärker ausgeprägte Fähigkeiten, die sie besonders kultivieren. Oder umgekehrt schätzen sie bei ihren Helden nicht, was sie selbst nicht besonders betonen. Genau dieser Eindruck wird zumindest auch in den Tiefeninterviews untermauert.

Bei den Items „anderen helfen“, „sich anpassen“ und „mit anderen verhandeln und Zugeständnisse machen“ spricht die Differenz zugunsten der Jugendlichen vor allem für die hohen Anforderungen an soziale Qualitäten, die sich sowohl in der Befragung als auch vor allem in den Tiefeninterviews als wichtige Werte für die Jugendlichen herauskristallisiert haben. Genau deswegen sind das Eigenschaften, bei denen die überlegene Einschätzung der Jugendlichen nicht so sehr überrascht wie bei den Items, die typischerweise Stärke per se ausdrücken.

In welche Richtung ein möglicher kausaler Zusammenhang geht, kann die Korrelation nicht beantworten, zu vermuten ist, dass der Zusammenhang durchaus wechselseitig zu verstehen ist. Was den Jugendlichen wichtig ist, wird bei den Helden sowie bei sich selbst gesucht und von den Jugendlichen besonders an sich selbst entwickelt. Das gilt selbstverständlich auch für die Ergebnisse des gesamten Kapitels.

Im Hinblick auf die Forschungsfrage und die zugehörigen Hypothesen heißt das, dass sich die erwarteten Zusammenhänge bei der Mehrheit der Merkmale zeigen, allerdings nicht durchgehend. Die Hypothesen werden also nur zum Teil bestätigt. Es gibt durchaus auch überraschende Einschätzungen der Jugendlichen, bei denen sie sich ihren Fernsehhelden überlegen fühlen, obwohl man es nicht erwarten würde. Hier kann nur eine gezielte Analyse zu den jeweils beurteilten Heldentypen Aufschluss geben, die ein verallgemeinernder Ansatz nicht leisten kann. Um mit einigen Beispielen zu sprechen, werden vermutlich Fernsehhelden wie beispielsweise Bart Simpson von den *Simpsons* oder Sam und Cat aus der gleichnamigen Serie nicht so charakterlich ausgewogen und stark wahrgenommen wie etwa James Bond oder Son Goku aus *Dragon Balls*.

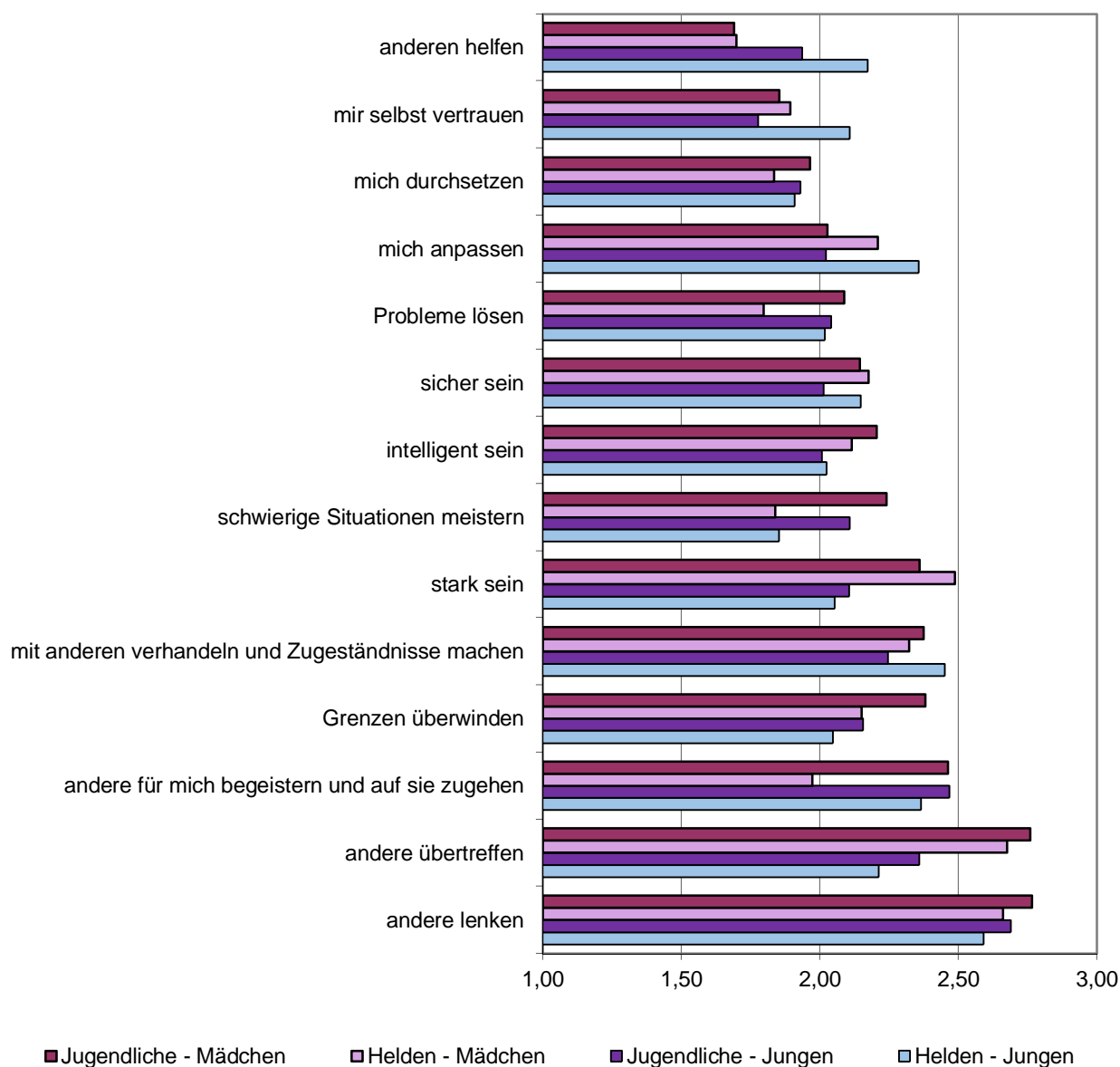
Hinter der Annahme, dass die Jugendlichen ihre Fernsehhelden meist souveräner einschätzen als sich selbst, steckt die Vermutung, dass sie im Sinne der Theorie sozialer Vergleiche vorwiegend Aufwärtsvergleiche mit ihren Fernsehhelden vornehmen. Ein solcher Aufwärtsvergleich betrifft allerdings mit den Vergleichskriterien immer nur bestimmte Merkmale, nicht alle Persönlichkeitsmerkmale, die hier abgefragt werden. Darüber hinaus haben die Tiefeninterviews gezeigt, dass hier je nach Fernsehheld ein differenzierteres Verständnis angebracht ist. Nachdem nicht alle Jugendlichen klassische Helden nennen konnten oder wollten und die Auswahl auf „Lieblingspersonen im Fernsehen“ erweitert wurde, wurden auch ganz unterschiedliche Lieblingspersonen genannt. Auch bei der schriftlichen Befragung

dominierten bei den Helden der Jugendlichen: Jugendliche wie sie (sehr gut/gut 76,1 Prozent), Erwachsene (sehr gut/gut 57,1 Prozent) und Monster bzw. Bösewichte (sehr gut/gut 50,3 Prozent). Dass diese Heldentypen nicht bei allen Stärken in der Bewertung besser abschneiden als die Jugendlichen, ist einleuchtend. Je nachdem, an welche ihrer Fernsehhelden die Jugendlichen also bei ihrer Bewertung denken, werden die einzelnen Bewertungen unterschiedlich ausfallen und nicht zwangsweise zu einem Aufwärtsvergleich führen.

### 6.2.2.1 *Einschätzung von Mädchen und Jungen*

Wirft man einen Blick auf die Einschätzung von Mädchen und Jungen, so ergeben sich nur wenige auffällige Unterschiede. Insgesamt bewerten die Mädchen im Schnitt weniger positiv als die Jungen, besonders wenn es um ihre eigenen Stärken geht. Aber auch was ihre Helden betrifft, sind sie offensichtlich etwas weniger begeisterungsfähig als die Jungen.

**Abbildung 6: Mittelwerte zu Stärken von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht**



Anhand von T-Tests wurde untersucht, ob die Einschätzungen von Mädchen und Jungen analog sind. Für die Helden wurden bei 8 von 14 Stärken signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .05$ , siehe Abbildung 11). Nicht signifikant sind die Unterschiede für „mich durchsetzen“, „intelligent sein“, „Grenzen überwinden“, „schwierige Situationen meistern“, „sicher sein“ und „andere lenken“. Die Mittelwertdifferenzen schwanken spürbar zwischen -0,48 und 0,46 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -0,59 und 0,59 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

Für die Jugendlichen selbst wurden ebenfalls bei 8 von 14 Stärken signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .05$ , siehe Abbildung 11). Nicht signifikant unterscheiden sich Mädchen und Jungen bei „Probleme lösen“, „mich durchsetzen“, „andere für mich begeistern und auf sie zugehen“, „mich anpassen“, „mir selbst vertrauen“ und „andere lenken“. Die Mittelwertdifferenzen schwanken hier weniger als bei den Helden, in der Stichprobe zwischen -0,25 und 0,40, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von 0,34 und 0,51 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

**Tabelle 24: Mittelwerte zu Stärken der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht**

Item	Mädchen				Jungen			
	Jugendliche		Helden		Jugendliche		Helden	
	MW	SD	MW	SD	MW	SD	MW	SD
anderen helfen	1,69	0,62	1,70	0,75	1,94	0,7	2,17	0,97
mir selbst vertrauen	1,85	0,79	1,89	0,88	1,78	0,83	2,11	1,01
mich durchsetzen	1,96	0,80	1,83	0,82	1,93	0,78	1,91	0,90
mich anpassen	2,03	0,79	2,21	0,86	2,02	0,79	2,36	0,96
Probleme lösen	2,09	0,68	1,80	0,76	2,04	0,75	2,02	0,94
sicher sein	2,14	0,78	2,17	0,87	2,01	0,79	2,15	0,99
intelligent sein	2,21	0,73	2,11	0,89	2,01	0,77	2,02	0,96
schwierige Situationen meistern	2,24	0,74	1,84	0,81	2,11	0,77	1,85	0,89
stark sein	2,36	0,74	2,49	0,86	2,11	0,77	2,05	0,99
mit anderen verhandeln und Zugeständnisse machen	2,37	0,81	2,32	0,83	2,24	0,83	2,45	0,97
Grenzen überwinden	2,38	0,77	2,15	0,92	2,16	0,86	2,05	0,96
andere für mich begeistern und auf sie zugehen	2,46	0,84	1,97	0,82	2,47	0,84	2,37	0,96
andere übertreffen	2,76	0,80	2,68	0,95	2,36	0,86	2,21	1,01
andere lenken	2,77	0,80	2,66	0,95	2,69	0,89	2,59	1,03

Bei den Stärken „mich anpassen“, „stark sein“, „mir selbst vertrauen“, „sicher sein“ und „anderen helfen“ bewerten die Mädchen ihre eigenen Stärken besser als die ihrer Helden. Die Jungen tun das noch ausgeprägter und einmal häufiger, vor allem bei sozialen Kompetenzen wie „mich anpassen“, „mir selbst vertrauen“, „anderen helfen“, „mit anderen verhandeln“.

deln und Zugeständnisse machen“, aber auch bei „sicher sein“ und minimal auch bei „intelligent sein“.

Die Mädchen schätzen ihre Helden in mehr als der Hälfte der Statements positiver ein als die Jungen, sich selbst dagegen in den allermeisten Fällen nicht. Ganz offensichtlich trauen die Mädchen den Helden mehr zu als die Jungen, sind aber äußerst selbstkritisch, sowohl im Vergleich zu ihren Helden als auch im Vergleich zu den Jungen. Die größten Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen in der Selbstbewertung zeigen sich bei Statements wie „andere übertreffen“, „stark sein“, „Grenzen überwinden“ und bei „anderen helfen“ einmal in anderer Richtung.

In den Tiefeninterviews haben die Mädchen nicht unbedingt mehr Bescheidenheit als die Jungen erkennen lassen, allerdings haben sie noch mehr Wert auf sozial anerkanntes und verträgliches Verhalten gelegt als die Jungen. Stärke und Konkurrenz sind dagegen für die Mädchen keine wünschenswerten Aspekte, darauf legen sie keinen Wert, eher lehnen sie das im Gegenteil sogar ab. Aus den Tiefeninterviews entsteht daher der Eindruck, dass sie diese Stärken nicht vermissen lassen, sondern weniger positiv bewerten als die Jungen, weil sie sie nicht so sehr schätzen wie die Jungen.

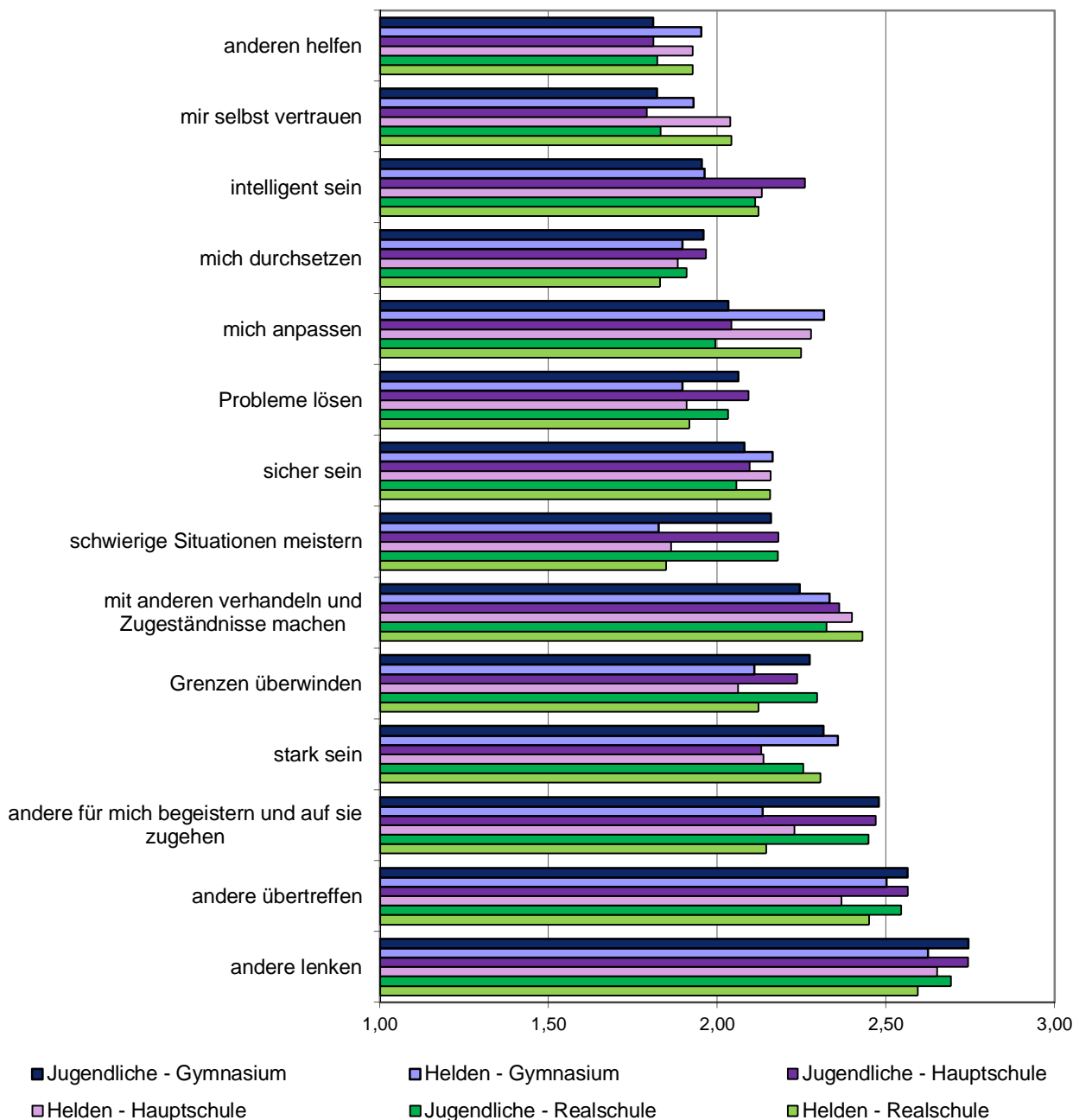
Im Hinblick auf die Forschungsfrage zu den Unterschieden bei den Bewertungen von Mädchen und Jungen bezüglich ihrer Helden und sich selbst heißt das, dass es durchaus signifikante Unterschiede zwischen den Einschätzungen von Mädchen und Jungen gibt. Mädchen schätzen sich fast immer schwächer ein als Jungen, lediglich wenn es darum geht, anderen zu helfen sind sie nach ihrer Meinung deutlich besser und minimal besser als die Jungen können sie auf andere zugehen und diese für sich begeistern. Die Mädchen betonen also besonders soziale Tugenden und sind ansonsten bescheiden. Die Jungen dagegen vertrauen sich vor allem selbst, halten sich für stark und intelligent und trauen sich zu, Grenzen zu überwinden und andere zu übertreffen. Sie bekennen sich mehr zu Eigenschaften, die Konkurrenz erfordern und finden das auch bei ihren Helden gut. Die Mädchen suchen bei ihren Helden vor allem die sozialen Stärken, aber auch solche wie Problemlösungskompetenz und den Umgang mit Grenzen oder schwierigen Situationen. Die direkte Konfrontation mit anderen schätzen sie dagegen auch bei ihren Helden nicht.



### 6.2.2.2 *Einschätzung von Schülern unterschiedlicher Schultypen*

Macht man sich ein Bild über die Einschätzung der Jugendlichen aus verschiedenen Schultypen, so zeigen sich keine schwerwiegenden Unterschiede in der Einschätzung der Jugendlichen. Die Unterschiede zwischen den Bewertungen der Besucher unterschiedlicher Schultypen sind allenfalls graduell, nicht grundsätzlicher Natur.

**Abbildung 7: Mittelwerte zu Stärken von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp**



In einer einfaktoriellen Varianzanalyse wurde überprüft, ob sich die Einschätzungen der Jugendlichen unterschiedlicher Schultypen unterscheiden, hier wurden nur für zwei Stärken der Jugendlichen sowie der Helden signifikante Unterschiede gefunden, nämlich für die

Statements zu Stärke ( $F_J(2, 932)=4,92, p<.01$ ); ( $F_H(2, 939)=4,74, p<.01$ ) und Intelligenz ( $F_J(2, 938)=13,78, p<.01$ ); ( $F_H(2, 936)=3,46, p=.03$ ). Der entscheidende Unterschied liegt dabei zwischen Hauptschülern und Gymnasiasten, vor allem wenn es um ihre Stärke ( $p<.01$ ) und die ihrer Helden geht ( $p=.12$ ).

**Tabelle 25: Mittelwerte zu Stärken der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp**

Item	Gymnasium				Hautschule				Realschule			
	Jugendliche MW	SD	Helden MW	SD	Jugendliche MW	SD	Helden MW	SD	Jugendliche MW	SD	Helden MW	SD
anderen helfen	1,81	0,73	1,95	0,93	1,81	0,75	1,93	0,91	1,82	0,68	1,93	0,85
mir selbst vertrauen	1,82	0,83	1,93	0,95	1,79	0,81	2,04	0,97	1,83	0,79	2,04	0,94
intelligent sein	1,95	0,76	1,96	0,91	2,26	0,76	2,13	0,95	2,11	0,72	2,12	0,90
mich durchsetzen	1,96	0,80	1,90	0,88	1,97	0,82	1,88	0,87	1,91	0,75	1,83	0,82
mich anpassen	2,03	0,79	2,32	0,93	2,04	0,82	2,28	0,92	1,99	0,75	2,25	0,89
Probleme lösen	2,06	0,75	1,90	0,87	2,09	0,74	1,91	0,86	2,03	0,65	1,92	0,87
sicher sein	2,08	0,80	2,16	0,98	2,09	0,77	2,16	0,93	2,06	0,80	2,16	0,89
schwierige Situationen meistern	2,16	0,72	1,83	0,86	2,18	0,79	1,86	0,87	2,18	0,77	1,85	0,82
mit anderen verhandeln und Zugeständnisse machen	2,24	0,82	2,33	0,92	2,36	0,86	2,40	0,98	2,32	0,78	2,43	0,81
Grenzen überwinden	2,27	0,84	2,11	0,96	2,24	0,84	2,06	0,96	2,30	0,79	2,12	287
stark sein	2,31	0,77	2,36	0,97	2,13	0,78	2,14	0,98	2,25	0,73	2,31	0,90
andere für mich begeistern und auf sie zugehen	2,48	0,86	2,13	0,92	2,47	0,84	2,23	0,96	2,45	0,81	2,15	289
andere übertreffen	2,56	0,85	2,50	1,03	2,56	0,85	2,37	1,00	2,54	0,88	2,45	289
andere lenken	2,74	0,85	2,62	1,00	2,74	0,84	2,65	0,99	2,69	0,83	2,59	288
anderen helfen	1,81	0,73	1,95	0,93	1,81	0,75	1,93	0,91	1,82	0,68	1,93	0,85
mir selbst vertrauen	1,82	0,83	1,93	0,95	1,79	0,81	2,04	0,97	1,83	0,79	2,04	0,94

Über die verschiedenen Schultypen hinweg sind die bereits allgemein festgestellten Differenzen zwischen der Einschätzung der Helden und der Jugendlichen zu beobachten, davon abgesehen sind die Ausprägungen erstaunlich gleichförmig.

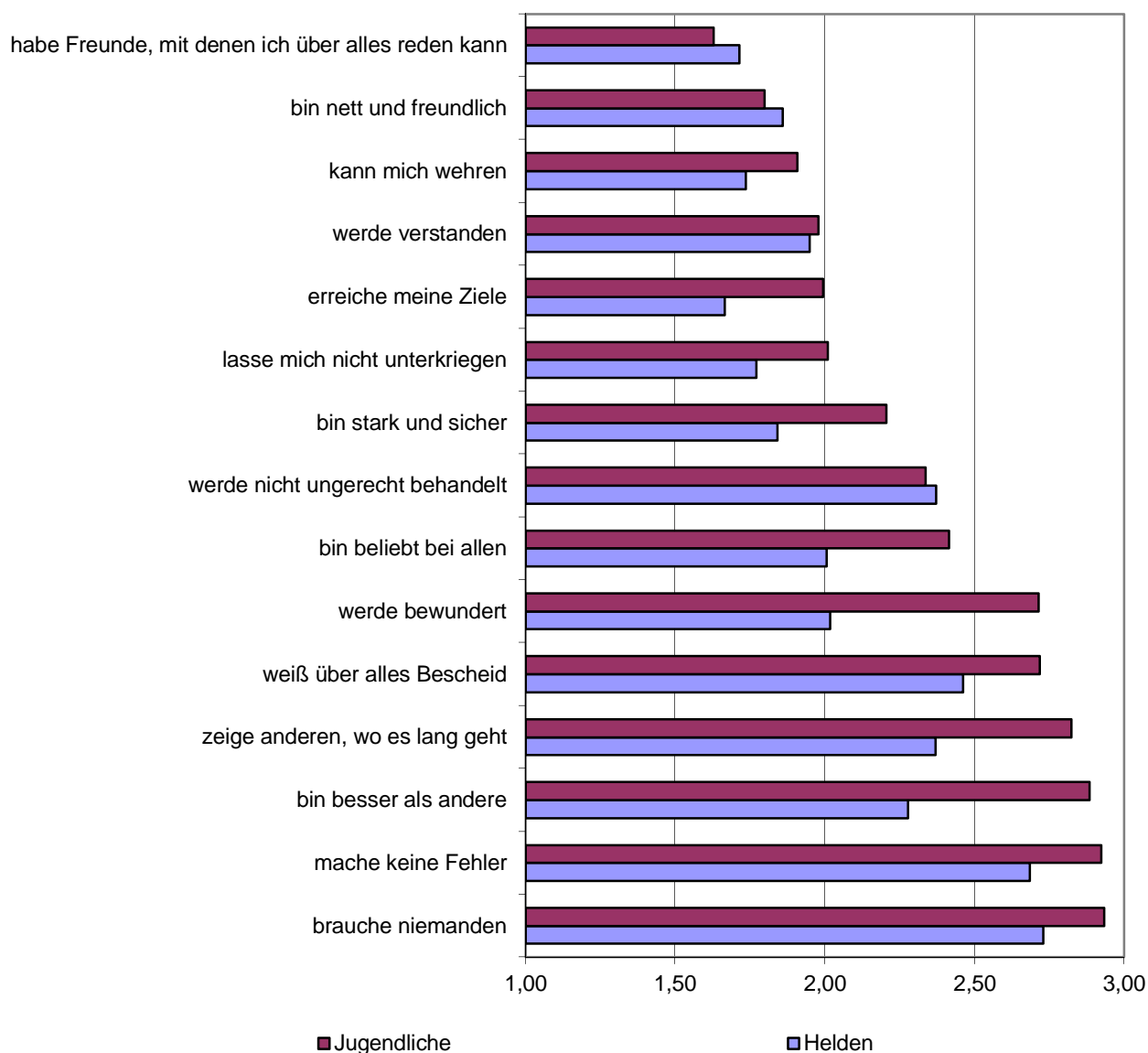
Fast wie ein Klischee mutet es an, dass sich die Hauptschüler beim Item „stark sein“ etwas besser bewerten als Realschüler und Gymnasiasten, dagegen ist es beim Item „intelligent sein“ genau umgekehrt. Die typischen gesellschaftlichen Gemeinplätze sind scheinbar auch in der Wahrnehmung der Jugendlichen tief verankert und spiegeln sich hier wider. Eine analoge Tendenz in der Wahrnehmung haben die Schüler offensichtlich bezüglich ihrer Helden, allerdings ist die Abweichung im Hinblick auf die Intelligenz ihrer Helden lange nicht so groß wie bei den Jugendlichen selbst. Allgemein betrachtet sind offensichtlich die Hauptschüler am selbstkritischsten, gefolgt von den Realschülern und schließlich den Gymnasiasten. Allerdings sind die Differenzen hier so gering, dass die Mentalitätsunterschiede allenfalls marginal ausfallen können. In den Tiefeninterviews lassen sich kaum Unterschiede zwischen

den Schultypen ausmachen, zumal hier auch die Fallzahlen je Schultyp gering sind. Allenfalls haben die Jugendlichen, die die Mittelschule oder Orientierungsstufe besuchen, erkennen lassen, dass sie ihr vergleichsweise sehr eigenständiges Verhalten auf Akzeptanz bei Eltern oder Erziehungspersonen überprüfen müssen. Die Forschungsfrage zu den Unterschieden nach Schultypen muss also weitgehend negativ beantwortet werden, es gibt nur wenige signifikante und in der Ausprägung nur sehr geringe Unterschiede.

### 6.2.3 *Eigenschaften der Helden und Jugendlichen*

Betrachtet man die Eigenschaften der Helden und Jugendlichen im Sinne der Fragestellung „Wie sind Deine Lieblingshelden?“ und „Wie bist Du in ähnlichen Situationen?“, so zeichnet sich ein Bild ab, das weitgehend der Hypothese entspricht. Seltener als bei den Stärken ist eine Umkehrung des Gefälles zwischen Helden und Jugendlichen zu beobachten, dafür sind bei einigen Items die Differenzen in der Ausprägung größer.

**Abbildung 8: Mittelwerte zu Eigenschaften von Jugendlichen und Helden im Vergleich**



Betrachtet man die Mittelwerte zu den Eigenschaften im Vergleich, ähneln sich die Tendenzen bei Helden und Jugendlichen. Die Höhe der Mittelwerte variiert deutlicher als bei den Stärken. Alle Fragenpaare zeigen einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Selbstbild der Jugendlichen und der Wahrnehmung ihrer Helden (15 Chi<sup>2</sup> Tests, siehe Tabelle 26). Die verglichenen Statements korrelieren jeweils schwach positiv, aber durchgehend hochsignifikant (Korrelation nach Kendalls Tau-b, siehe Tabelle 26).

Anhand von T-Tests wurde untersucht, wo sich das generelle Selbstbild von Jugendlichen von der Wahrnehmung der Helden unterscheidet. Für alle 15 Eigenschaften wurden signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .03$ , siehe Abbildung 13). Teilweise sind diese deutlich. Zudem zeichnet sich ab, dass die Ausprägungen für die Jugendlichen überwiegend oft deutlich unter denen für die Helden liegen oder seltener nur geringfügig darüber. Die Mittelwertdifferenzen schwanken deutlich, zwischen -0,70 und 0,09 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -0,77 und 0,15 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

**Tabelle 26: Mittelwerte zu Eigenschaften der Jugendlichen und Helden im Vergleich**

Item	Jugendliche		Helden		Chi Quadrat*		Kendalls Tau b	
	MW	SD	MW	SD	$\chi^2$ **	df	r**	N
bin nett und freundlich	1,8	0,59	1,86	0,79	269,81**	9	0,32**	937
habe Freunde, mit denen ich über alles reden kann	1,63	0,78	1,71	0,88	94,19**	9	0,25**	925
werde nicht ungerecht behandelt	2,34	0,83	2,37	0,86	121,77**	9	0,17**	925
bin beliebt bei allen	2,42	0,73	2,01	0,82	102,61**	9	0,17**	922
werde bewundert	2,71	0,76	2,02	0,85	104,55**	9	0,23**	921
bin besser als andere	2,88	0,76	2,28	0,94	141,32**	9	0,28**	928
zeige anderen, wo es lang geht	2,82	0,85	2,37	0,99	268,73**	9	0,38**	927
bin stark und sicher	2,21	0,73	1,84	0,79	139,98**	9	0,27**	930
kann mich wehren	1,91	0,70	1,74	0,77	141,32**	9	0,25**	928
Erreiche meine Ziele	1,99	0,64	1,67	0,74	210,58**	9	0,24**	936
brauche niemanden	2,93	0,94	2,73	0,96	227,59**	9	0,33**	925
weiß über alles Bescheid	2,72	0,73	2,46	0,88	159,62**	9	0,27**	926
mache keine Fehler	2,92	0,77	2,68	0,87	288,52**	9	0,36**	929
lasse mich nicht unterkriegen	2,01	0,81	1,77	0,85	254,76**	9	0,31**	925
werde verstanden	1,98	0,71	1,95	0,81	198,18**	9	0,20**	931

\* Die erwartete Häufigkeit einer Zelle unter 5 lag bei maximal 25 Prozent. \*\* $p < .001$

Bei den Eigenschaften zeichnet sich deutlicher ab, dass die Jugendlichen ihre Helden in vielen Merkmalen als überlegen einschätzen, das zeigt sich besonders bei Eigenschaften wie „sind stark und sicher“ und „sind besser als andere“. Das steht scheinbar im Widerspruch

zur Einschätzung der Jugendlichen bei den Stärken (siehe Abschnitte 6.1 und 6.2.2). Dort haben sich die Jugendlichen im Vergleich zu ihren Helden sogar etwas stärker und sicherer bewertet. Offensichtlich halten die Jugendlichen ihre Helden sehr wohl für stark und sicher, bewerten das aber nicht als besonders positive Eigenschaft ihrer Helden im Sinne einer „Stärke“. Die Art der Fragestellung beeinflusst hier offensichtlich die Wertung der Jugendlichen und wird bei der neutraleren Frage nach „Eigenschaften“ richtig gestellt.

Nur bei drei Items in diesen Fragenbatterien haben sich die Jugendlichen besser eingeschätzt als ihre Helden, nämlich „bin nett und freundlich“, „habe Freunde, mit denen ich über alles reden kann“ und „werde nicht ungerecht behandelt“. In den Tiefeninterviews hat sich ebenfalls sehr deutlich feststellen lassen, dass den Jugendlichen wichtig ist, nett und freundlich zu ihren Mitmenschen zu sein, das haben viele Jugendliche extra hervorgehoben. Insofern verwundert es nicht, dass diese Einstellung hier ihren Niederschlag findet und die Jugendlichen das forcieren. Auch die Bedeutung der Freunde bestätigen alle Jugendlichen im Gespräch, die Wichtigkeit der Peer Group für die Jugendlichen ist unumstritten. Erfreulich ist, dass die Jugendlichen bei sich mehr Potenzial sehen als bei ihren Helden, Freunde zu gewinnen, dafür müssen sie demnach keine Helden sein.

Ungerechte Behandlung widerfährt den Helden der Jugendlichen offensichtlich öfter als den Jugendlichen selbst, auch in diesem Punkt scheint die Welt der Jugendlichen weitgehend in Ordnung. Ein Dasein als Held mit durchaus ungewöhnlichen Fähigkeiten schützt die Helden nach Meinung der Jugendlichen nicht vor ungerechter Behandlung. Vielmehr berichten sie in den Tiefeninterviews mehrfach, dass die Ausnahmestellung einiger ihrer Helden sowohl zu Neid bei anderen als auch zu einer erhöhten Erwartungshaltung an die Helden führen kann und damit zu Situationen, in denen die Helden durch ihr soziales Umfeld nicht immer adäquat beurteilt werden. Diese Wahrnehmung scheint sich in diesem Punkt widerzuspiegeln.

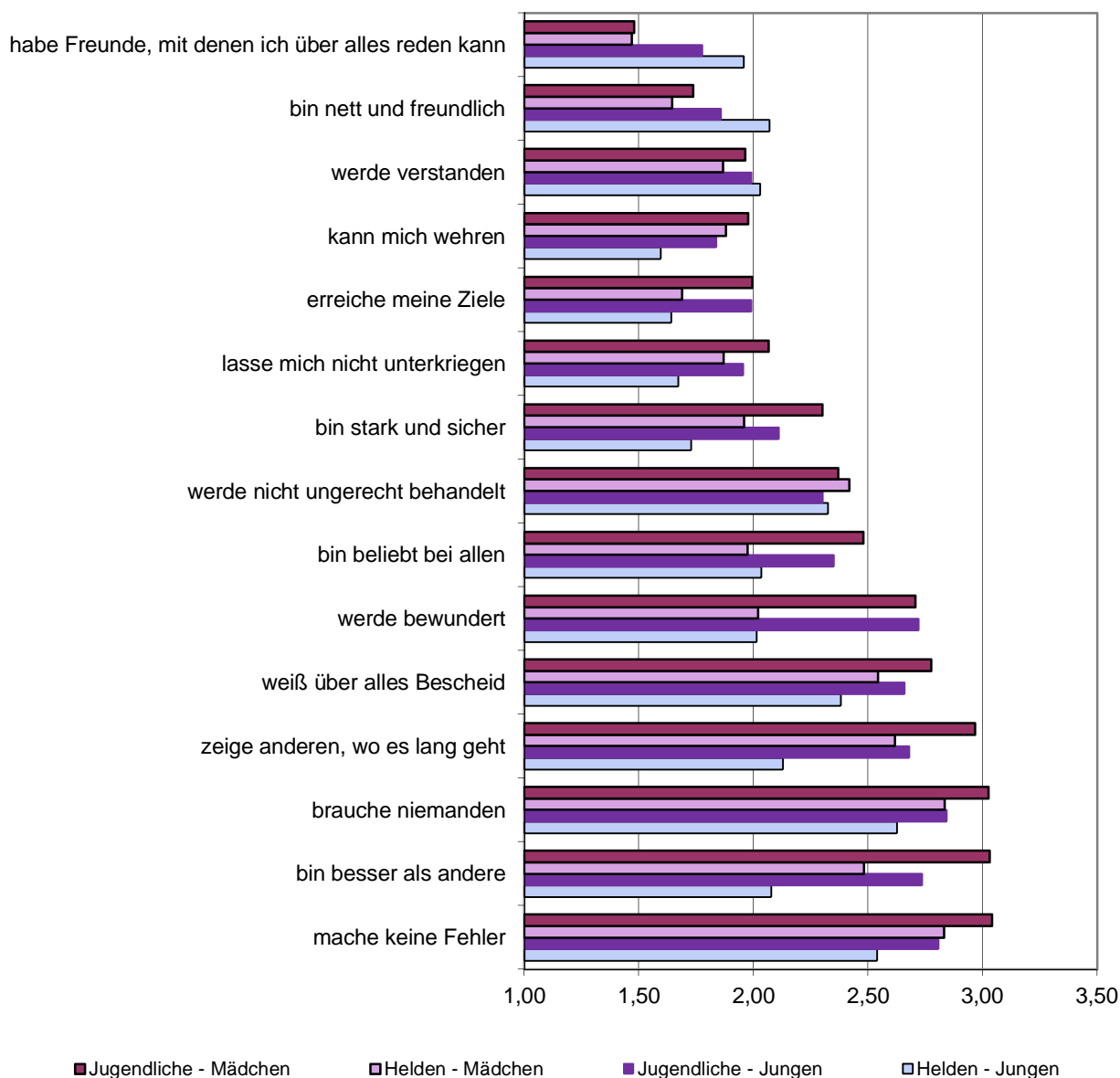
Bei allen anderen Fragen schätzen die Jugendlichen ihre Helden effizienter und beliebter ein als sich selbst, besonders deutlich ist das bei Eigenschaften wie „bin beliebt bei allen“, „werde bewundert“, „bin besser als andere“ und „zeige anderen, wo es lang geht“. Hier zeichnet sich eine Einschätzung der Fähigkeiten von ihren Helden ab, wie sie außergewöhnliche Fähigkeiten oder besondere Lebensbedingungen mit sich bringen. Dafür spricht auch die Differenz in weiteren Statements wie „kann mich wehren“, „mache keine Fehler“ und „erreiche meine Ziele“, die ebenfalls zugunsten der Helden ausfallen, wenn auch nicht ganz so deutlich. Allerdings gibt es auch Eigenschaften, die die Jugendlichen ihren Helden nur sehr bedingt zusprechen, auch wenn sie sich selbst noch weniger zutrauen, beispielsweise „brauche niemanden“, „weiß über alles Bescheid“ und „mache keine Fehler“. Perfekt und vollkommen unabhängig von anderen sind auch die Helden der Jugendlichen nicht, das haben sie auch in den Tiefeninterviews immer wieder deutlich gemacht.

Die Hypothesen zur Forschungsfrage zwei bestätigen sich bei den Eigenschaften also deutlicher als bei den Stärken. Lediglich bei drei Items muss Hypothese zwei abgelehnt werden. Dabei handelt es sich um soziale Kriterien, bei denen sich die Jugendlichen ihren Helden ebenbürtig oder gar überlegen fühlen, ähnlich wie bereits bei den Stärken. Was die persönlichen Fähigkeiten und Potenziale angeht, sehen die Jugendlichen häufig zu ihren Helden auf im Sinne eines Aufwärtsvergleichs.

### 6.2.3.1 *Einschätzung von Mädchen und Jungen*

Die Eigenschaften von Helden und Jugendlichen sind in der Einschätzung von Mädchen und Jungen wenig kontrovers. Es zeichnen sich dieselben Tendenzen wie bei den Stärken ab, die Mädchen sind im Schnitt kritischer als die Jungen, sowohl was ihre Helden betrifft als auch sich selbst. Die Differenzen sind bei einigen Items deutlich.

**Abbildung 9: Mittelwerte zu Eigenschaften von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht**



Anhand von T-Tests wurde untersucht, ob die Einschätzungen von Mädchen und Jungen analog sind. Für die Helden wurden bei 11 von 15 Eigenschaften signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .05$ , siehe Abbildung 9). Nicht signifikant sind die Unterschiede für „sind beliebt bei allen“, „werden bewundert“, „werden nicht ungerecht behandelt“, und „erreichen ihre Ziele“. Die Mittelwertdifferenzen schwanken ähnlich deutlich wie bei den Stärken, in der Stichprobe im Schnitt zwischen -0,49 und 0,49, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -0,60 und 0,61 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

Für die Jugendlichen selbst wurden bei 10 von 15 Eigenschaften signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .35$ , siehe Abbildung 9). Nicht signifikant unterscheiden sich Mädchen und Jungen bei „werde bewundert“, „lasse mich nicht unterkriegen“, „werde nicht ungerecht behandelt“, „erreiche meine Ziele“, und „werde verstanden“. Die Mittelwertdifferenzen schwanken hier weniger als bei den Helden, im Schnitt zwischen -0,30 und 0,30 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -0,40 und 0,40 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

**Tabelle 27: Mittelwerte zu Eigenschaften der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht**

Item	Mädchen				Jungen			
	Jugendliche MW	SD	Helden MW	SD	Jugendliche MW	SD	Helden MW	SD
habe Freunde, mit denen ich über alles reden kann	1,48	0,72	1,47	0,71	1,78	0,80	1,96	0,95
bin nett und freundlich	1,74	0,52	1,65	0,64	1,86	0,65	2,07	0,86
werde verstanden	1,97	0,66	1,87	0,74	1,99	0,75	2,03	0,86
kann mich wehren	1,98	0,68	1,88	0,76	1,84	0,71	1,60	0,76
erreiche meine Ziele	2,00	0,62	1,69	0,68	1,99	0,66	1,64	0,79
lasse mich nicht unterkriegen	2,07	0,80	1,87	0,86	1,96	0,81	1,67	0,84
bin stark und sicher	2,30	0,68	1,96	0,76	2,11	0,76	1,73	0,79
werde nicht ungerecht behandelt	2,37	0,81	2,42	0,85	2,30	0,85	2,33	0,87
bin beliebt bei allen	2,48	0,73	1,97	0,78	2,35	0,74	2,04	0,86
werde bewundert	2,71	0,70	2,02	0,79	2,72	0,82	2,01	0,91
weiß über alles Bescheid	2,78	0,68	2,55	0,83	2,66	0,77	2,38	0,91
zeige anderen, wo es lang geht	2,97	0,80	2,62	0,93	2,68	0,87	2,13	0,99
brauche niemanden	3,03	0,92	2,84	0,90	2,84	0,95	2,63	1,00
bin besser als andere	3,03	0,70	2,48	0,91	2,74	0,79	2,08	0,92
mache keine Fehler	3,04	0,74	2,83	0,83	2,81	0,79	2,54	0,89

Nur bei den Eigenschaften „bin nett und freundlich“ und „habe Freunde, mit denen ich über alles reden kann“ sind die Mädchen in ihrer Einschätzung deutlich positiver als die Jungen, bei den Helden und bei sich selbst. Bei „werde verstanden“ sind sie es zumindest noch

ein wenig. In allen anderen Statements werten die Jungen positiver oder ähnlich. Sie trauen sich in den meisten Fällen mehr zu als die Mädchen, vor allem bei Items wie „bin besser als andere“ oder „zeige anderen, wo es lang geht“. Auch ihre Helden sehen die Jungen in den meisten Fällen positiver als die Mädchen, die absoluten Differenzen sind teilweise deutlich (siehe Abbildung 9).

In den Tiefeninterviews haben die Mädchen noch mehr als die Jungen Wert auf soziale Orientierung gelegt, auch wenn das beiden Geschlechtern wichtig ist. Das spiegelt sich sowohl in den positiven Bewertungen der Statements zu Freunden und sozialem Umgang als auch in den negativeren Bewertungen zu Statements, die eher ein konkurrierendes Sozialverhalten beschreiben.

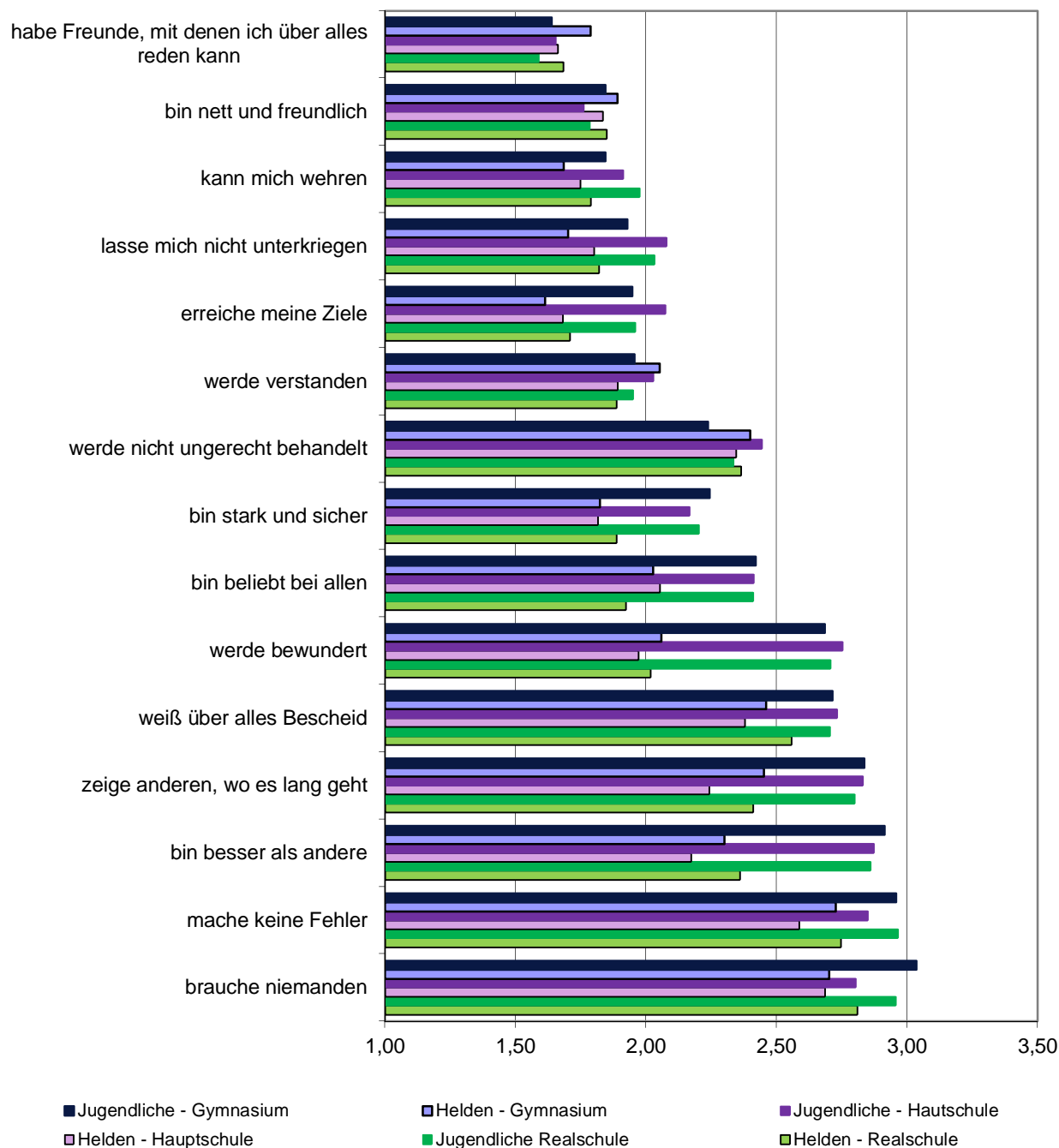
Zur Forschungsfrage drei lässt sich zu den Eigenschaften der Jugendlichen und deren Helden festhalten, dass die Mädchen in der Regel sich selbst und ihre Helden im Vergleich zu den Jungen und deren Helden weniger stark einschätzen. Nur bei den sozialen Eigenschaften ist das Verhältnis umgekehrt, hier schneiden die Mädchen und ihre Helden besser ab als die Jungen und ihre Helden. Dieser Trend hat sich schon bei den Stärken und auch in den Tiefeninterviews gezeigt.



### 6.2.3.2 *Einschätzung von Schülern unterschiedlicher Schultypen*

Die Betrachtung der Bewertung von Jugendlichen, die unterschiedliche Schultypen besuchen, zeigt auch bei den Eigenschaften ein sehr homogenes Bild. Unterschiede zwischen den Schülern einzelner Schultypen gibt es kaum, die Differenzen in der Bewertung zwischen Helden und Jugendlichen bei einzelnen Statements spiegeln den allgemeinen Trend wider.

**Abbildung 10: Mittelwerte zu Eigenschaften der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp**



In einer einfaktoriellen Varianzanalyse wurde überprüft, ob sich die Einschätzungen der Jugendlichen unterschiedlicher Schultypen unterscheiden, hier wurden nur für drei Eigen-

schaften der Jugendlichen signifikante Unterschiede gefunden, nämlich für die Statements „brauche niemanden“ ( $F_J(2, 930)=5,18, p<.01$ ), „werde nicht ungerecht behandelt“ ( $F_J(2, 934)=5,16, p<.01$ ) und „erreiche meine Ziele“ ( $F_J(2, 939)=4,02, p<.02$ ). Hier unterschieden sich jeweils Hauptschüler und Gymnasiasten signifikant in ihrer Einschätzung ( $p<=.33$ ).

Für die Einschätzung der Helden wurden fünf Statements gefunden, bei denen signifikante Unterschiede zwischen den Schülern verschiedener Schultypen vorliegen, nämlich „wissen über alles Bescheid“ ( $F_H(2, 934)=3,16, p=.04$ ), „sind besser als andere“ ( $F_H(2, 936)=3,15, p=.04$ ), „zeigen anderen, wo es lang geht“ ( $F_H(2, 932)=3,96, p<.02$ ), „machen keine Fehler“ ( $F_H(2, 935)=3,05, p<.05$ ) und „werden verstanden“ ( $F_H(2, 937)=4,47, p=.01$ ). Bei den ersten beiden unterscheiden sich vor allem Hauptschüler und Realschüler signifikant ( $p<=.40$ ). Bei den anderen drei Statements unterscheiden sich die Gymnasiasten besonders von den Hauptschülern ( $p<.20$ ), bei den letzten beiden von Haupt- und Realschülern, allerdings nur im Fall von „werden verstanden“ von beiden signifikant ( $p=.32$ ).

**Tabelle 28: Mittelwerte zu Eigenschaften der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp**

Item	Gymnasium				Hautschule				Realschule			
	Jugendliche		Helden		Jugendliche		Helden		Jugendliche		Helden	
	MW	SD	MW	SD	MW	SD	MW	SD	MW	SD	MW	SD
habe Freunde, mit denen ich über alles reden kann	1,64	0,78	1,79	0,90	1,65	0,83	1,66	0,84	1,59	0,71	1,68	0,87
bin nett und freundlich	1,84	0,57	1,89	0,75	1,76	0,64	1,84	0,82	1,78	0,56	1,85	0,79
kann mich wehren	1,85	0,65	1,68	0,76	1,91	0,76	1,75	0,79	1,98	0,68	1,79	0,77
lasse mich nicht unterkriegen	1,93	0,75	1,70	0,84	2,08	0,84	1,80	0,86	2,03	0,82	1,82	0,85
erreiche meine Ziele	1,95	0,57	1,61	0,72	2,08	0,71	1,68	0,76	1,96	0,61	1,71	0,73
werde verstanden	1,96	0,71	2,05	0,79	2,03	0,75	1,89	0,82	1,95	0,66	1,89	0,80
werde nicht ungerecht behandelt	2,24	0,78	2,40	0,84	2,44	0,88	2,35	0,89	2,34	0,81	2,36	0,85
bin stark und sicher	2,24	0,74	1,82	0,80	2,17	0,75	1,82	0,77	2,20	0,69	1,89	0,79
bin beliebt bei allen	2,42	0,74	2,03	0,77	2,41	0,78	2,05	0,89	2,41	0,67	1,92	0,80
werde bewundert	2,68	0,75	2,06	0,88	2,75	0,83	1,97	0,85	2,71	0,71	2,02	0,82
weiß über alles Bescheid	2,71	0,72	2,46	0,89	2,73	0,75	2,38	0,86	2,70	0,71	2,56	0,87
zeige anderen, wo es lang geht	2,83	0,85	2,45	0,99	2,83	0,85	2,24	1,00	2,80	0,86	2,41	0,98
bin besser als andere	2,91	0,77	2,30	0,96	2,87	0,77	2,17	0,91	2,86	0,74	2,36	0,93
mache keine Fehler	2,96	0,75	2,73	0,85	2,85	0,80	2,59	0,86	2,96	0,77	2,75	0,91
brauche niemanden	3,04	0,89	2,70	1,01	2,80	1,00	2,69	0,95	2,96	0,91	2,81	0,91

Auch bei detaillierter Betrachtung sind hier keine großen Unterschiede auszumachen, die Schulbildung der Jugendlichen hat offenbar kaum Einfluss auf ihre Einschätzung zu den Eigenschaften ihrer Helden und ihrer selbst. Will man kleine Differenzen aufgreifen, so werden

Hauptschüler etwas weniger oft bewundert und etwas häufiger ungerecht behandelt als Realschüler und Gymnasiasten. Dafür trauen sie sich ein wenig mehr zu, niemanden zu brauchen und keine Fehler zu machen. Eventuell entwickeln die Jugendlichen aus Mangel an sozialer Bestätigung ein selbständigeres Verhalten, da die Differenzen hier aber gering sind, kann dies hier nur eine Vermutung bleiben.

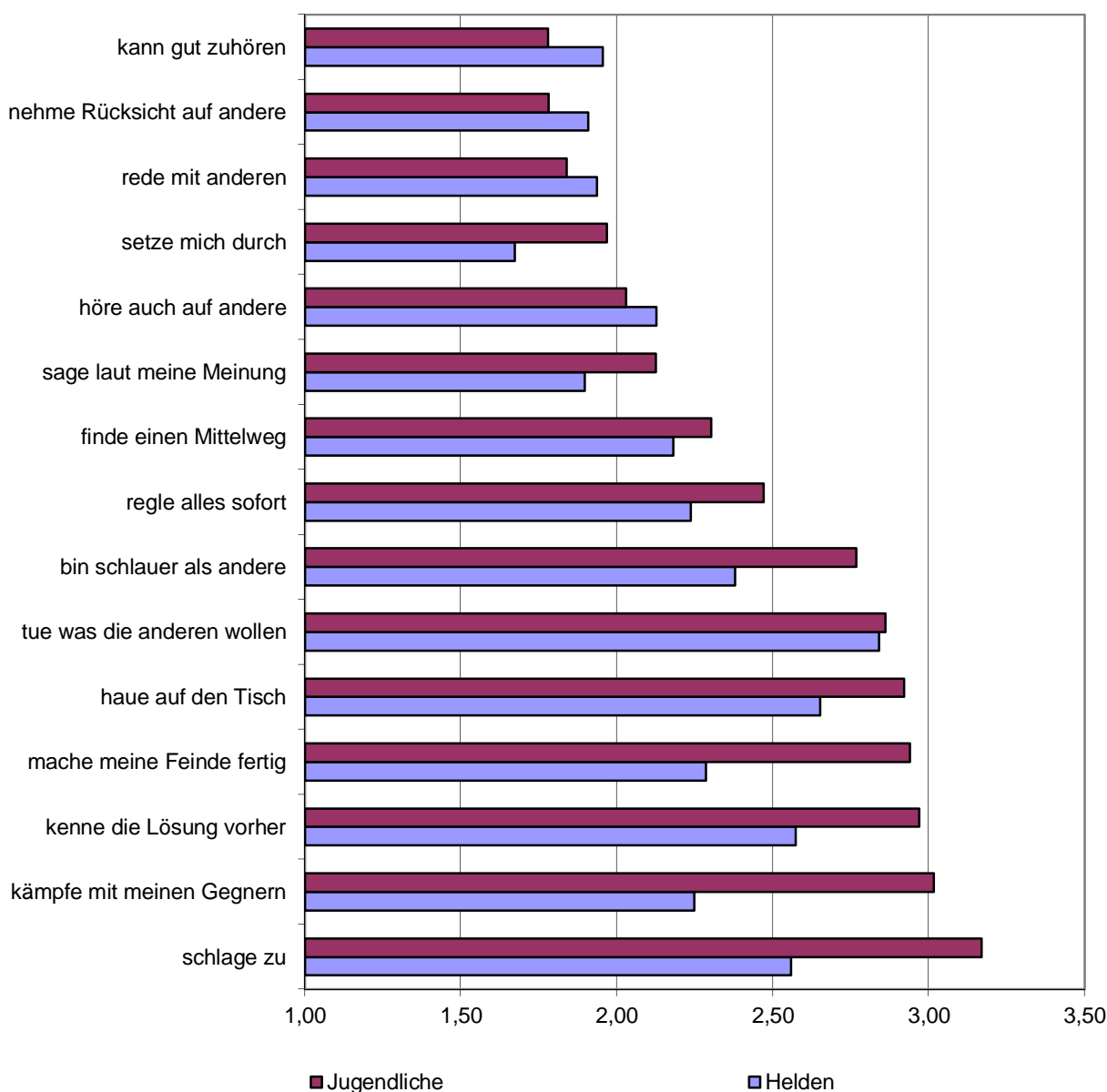
In den Tiefeninterviews hat sich ein diesbezüglicher Unterschied erahnen lassen. Hier waren die Teilnehmer unabhängig von der besuchten Schule ähnlich selbstbewusst und sozial eingebunden. Allerdings wirkten die an den Tiefeninterviews teilnehmenden Schüler von Mittelschule oder Orientierungsstufe alle sehr eigenständig, das passt durchaus zu diesen Ergebnissen aus der schriftlichen Befragung.

Im Hinblick auf Forschungsfrage vier ist festzuhalten, dass es einige wenige signifikante Unterschiede zwischen Schülern unterschiedlicher Schultypen gibt, die dann je auf einen kleinen Ausreißer einer Schülergruppe zurückzuführen ist. Die Unterschiede sind aber trotz allem gering ausgeprägt. Ähnlich stellt es sich bei den wenigen signifikanten Unterschieden bei der Einschätzung der Helden dar, in der Regel schätzen in diesen Fällen die Hauptschüler ihre Helden etwas stärker ein als die Schüler von Realschule und Gymnasium. Sie scheinen etwas stärkere und durchsetzungsfähigere, aber weniger verstandene Helden zu bevorzugen, offensichtlich korrespondiert das mit ihrem Selbstbild.

### 6.2.4 Verhalten der Helden und Jugendlichen

Betrachtet man das Verhalten der Helden und Jugendlichen im Vergleich, so zeichnen sich in der Tendenz der Beurteilung durch die Jugendlichen ebenfalls Ähnlichkeiten ab, aber bei einzelnen Statements auch ganz deutliche Abweichungen. Im Einklang mit der Hypothese stehen letztere scheinbar nicht, mit Blick auf die Inhalte dieser Statements passen sie aber sehr gut zu einer differenzierten Einschätzung der Jugendlichen bezüglich der inhaltlichen Qualität einzelner Items.

Abbildung 11: Mittelwerte zum Verhalten von Jugendlichen und Helden im Vergleich



Betrachtet man die Mittelwerte für das Verhalten von Helden und Jugendlichen im Vergleich, so gibt es in der Beurteilung der Statements überwiegend dieselben Tendenzen in der Bewertung. Allerdings gibt es auch Ausreißer, was die Bewertung einzelner Statements

betrifft. Die Höhe der Mittelwerte geht bei manchen Items zwischen den Helden und den Jugendlichen deutlich auseinander, die positiv konnotierten Verhaltensweisen sind eher erwartungsgemäß, die eher negativ konnotierten sind dagegen oft stark unterschiedlich ausgeprägt. Alle Werte für diese 15 Fragenpaare zeigen einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Selbstbild der Jugendlichen und der Wahrnehmung ihrer Helden (15 Chi<sup>2</sup> Tests, siehe Tabelle 29). Die verglichenen Statements korrelieren jeweils schwach bis mittel positiv, aber durchgehend hochsignifikant (Korrelation nach Kendalls Tau-b, siehe Tabelle 29).

Anhand von T-Tests wurde untersucht, wo sich das Selbstbild von Jugendlichen von der Wahrnehmung ihrer Helden unterscheidet. Für 14 der 15 Verhaltensweisen wurden signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .01$ , siehe Abbildung 11). Nicht signifikant ist der Unterschied bei „tun was andere wollen“. Die Mittelwertdifferenzen schwanken wieder deutlich, zwischen -0,76 und 0,17 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem breiten Korridor zwischen -0,83 und 0,23.

**Tabelle 29: Mittelwerte zum Verhalten der Jugendlichen und Helden im Vergleich**

Item	Jugendliche		Helden		Chi Quadrat*		Kendalls Tau b	
	MW	SD	MW	SD	$\chi^2$ **	df	r**	N
kämpfe mit meinen Gegnern	3,02	0,90	2,25	1,01	220,80**	9	0,37**	930
haue auf den Tisch	2,92	0,94	2,65	0,99	437,75**	9	0,48**	929
mache meine Feinde fertig	2,94	0,95	2,28	1,06	222,61**	9	0,36**	929
schlage zu	3,17	0,89	2,56	1,12	277,41**	9	0,42**	932
kenne die Lösung vorher	2,97	0,76	2,57	0,87	225,23**	9	0,35**	922
bin schlauer als andere	2,77	0,77	2,38	0,85	233,34**	9	0,36**	924
setze mich durch	1,97	0,75	1,67	0,71	148,72**	9	0,31**	927
rede mit anderen	1,84	0,74	1,94	0,79	314,89**	9	0,35**	930
höre auch auf andere	2,03	0,72	2,13	0,85	238,20**	9	0,32**	931
kann gut zuhören	1,78	0,73	1,96	0,86	215,24**	9	0,34**	927
nehme Rücksicht auf andere	1,78	0,72	1,91	0,91	253,29**	9	0,38**	928
tue, was andere wollen	2,86	0,78	2,84	0,79	199,14**	9	0,31**	928
sage laut meine Meinung	2,13	0,87	1,90	0,83	254,52**	9	0,34**	934
regle alles sofort	2,47	0,82	2,24	0,87	225,97**	9	0,35**	930
finde einen Mittelweg	2,30	0,68	2,18	0,71	218,78**	9	0,27**	927

\* Die erwartete Häufigkeit einer Zelle unter 5 lag in einem Fall über 20 Prozent.

\*\* $p < .001$

Obwohl die Korrelationen der Mittelwerte bei den Verhaltensitems deutlicher ausfallen als bei den Stärken und Eigenschaften, gibt es hier bisher auch die deutlichsten Differenzen zwischen den Werten für Helden und Jugendliche. Die Ursache dafür ist unschwer zu erkennen, die Jugendlichen distanzieren sich für ihr eigenes Verhaltensrepertoire teilweise deutlich von Optionen wie „kämpfe mit meinen Gegnern“, „haue auf den Tisch“, „mache meine Feinde fertig“ und „schlage zu“. Erwartungsgemäß sind dies Items, die bei den Jugendlichen

für ihren Alltag keine Akzeptanz finden und meist zurückgewiesen werden. Daneben gibt es lediglich bei den Items „kenne die Lösung vorher“, „bin schlauer als andere“ und „setze mich durch“ noch nennenswerte Differenzen nach oben, hier dürften die Möglichkeiten der Jugendlichen die Grenze darstellen.

Differenzen in die gegensätzliche Richtung, d.h. die Jugendlichen schätzen sich positiver ein als ihre Helden, gibt es dagegen bei Items wie „rede mit anderen“, „höre auch auf andere“, „kann gut zuhören“ und „nehme Rücksicht auf andere“. Das bestätigt wiederum die positive Bewertung, die besonders soziales Verhalten bei den Jugendlichen findet, wie sich bei den Stärken und Eigenschaften schon gezeigt hat. Allerdings sehen die Jugendlichen nicht unbedingt ein, dass sie „tun, was andere wollen“, ebenso wenig für ihre Helden, hier liegen die Mittelwerte fast gleichauf mit einer Tendenz zu „selten“. Prosoziales Verhalten wird von den Jugendlichen also geschätzt und eine gewisse Anpassung ebenfalls, aber nicht um den Preis, einfach nur zu tun, was andere wollen.

So sagen auch die Jugendlichen eher „oft“ laut ihre Meinung, allerdings nicht ganz so häufig wie ihre Helden, die das noch etwas häufiger tun. Auch haben es die Jugendlichen nicht besonders eilig bei der Regelung ihrer Angelegenheiten, sie regeln nur etwa die Hälfte sofort, ihre Helden tun das ein wenig öfter, aber nicht wesentlich. Und der berühmte Mittelweg ist sowohl bei Jugendlichen als auch Helden nicht zwingend, sie gehen ihn in wenig mehr als der Hälfte der Fälle, die Helden nur unwesentlich öfter als die Jugendlichen. Trotz sozialer Einstellung bewahren die Jugendlichen ganz offensichtlich ihre eigene Linie und schätzen das auch bei ihren Helden, wenn es nicht eine sozial unerwünschte Form annimmt wie etwa Gewalt oder offen antisoziales Verhalten.

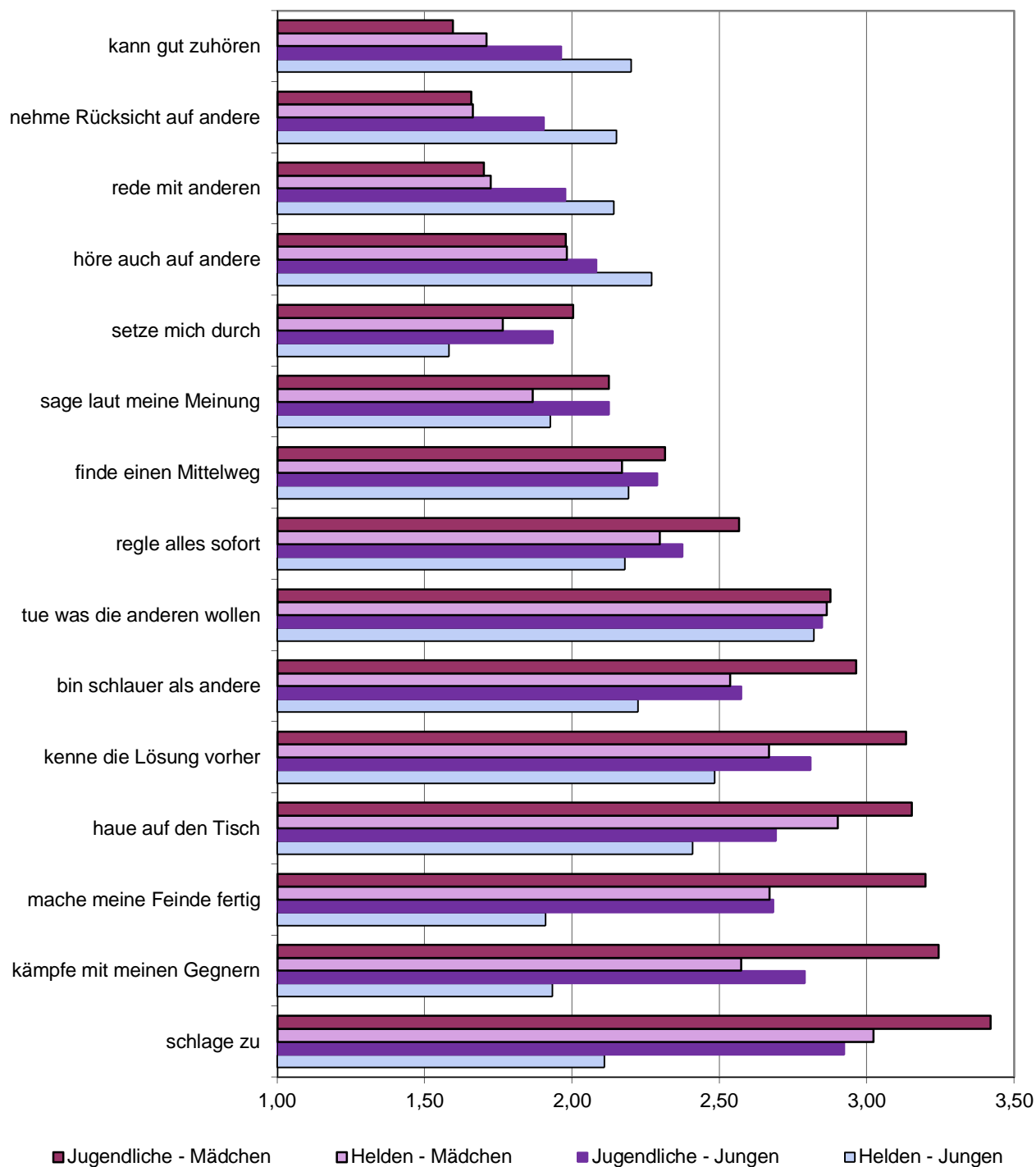
Das stimmt sehr gut überein mit den Ergebnissen der Tiefeninterviews. Die Jugendlichen haben dort klar hervorgehoben, wie wichtig ihnen sozial adäquates Verhalten ist und wie wenig sie sozial unangemessenes Verhalten akzeptieren. Zuschlagen, kämpfen und andere fertig machen gehören nicht zu dem Repertoire, das die Jugendlichen schätzen, die eigene Meinung zu vertreten und einen eigenen Weg zu gehen dagegen schon. Das spiegeln diese Antworten sehr genau wider und insofern ist die Übereinstimmung der Meinungen in der schriftlichen Befragung und in den Interviews gut auszumachen. Die Hintergründe für diese Bewertungen werden in den Tiefeninterviews von den Jugendlichen bereitwillig erläutert und sind später in diesem Kapitel (im Abschnitt „Soziale Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden“) ausführlicher beschrieben.

Im Hinblick auf die Hypothesen heißt das, dass die beiden Hypothesen nur zum Teil bestätigt werden können, da bei vier Statements genau der gegenläufige Trend in der Bewertung von Jugendlichen und Helden vorliegt. Für die anderen Statements treffen beide Hypothesen zu, für ein Statement ist der Unterschied in der Ausprägung allerdings nicht signifikant.

### 6.2.4.1 Einschätzung von Mädchen und Jungen

Bei der Bewertung des Verhaltens von Helden und Jugendlichen bei Mädchen und Jungen wiederholen sich die allgemeinen Trends, die sich geschlechterübergreifend zeigen. Mädchen und Jungen „ticken“ auch hier ähnlich, in der Ausprägung gibt es teilweise etwas größere Differenzen zwischen Mädchen und Jungen zu verzeichnen als bei den bisherigen Betrachtungen.

Abbildung 12: Mittelwerte zum Verhalten von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht



Anhand von T-Tests wurde untersucht, ob die Einschätzungen von Mädchen und Jungen analog sind. Für die Helden wurden bei 11 von 14 Verhaltensitems signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .36$ , siehe Abbildung 12). Nicht signifikant sind die Unterschiede für „finden einen Mittelweg“, „tun was die anderen wollen“ und „sagen laut ihre Meinung“. Die Mittelwertdifferenzen schwanken deutlich, im Mittel zwischen -0,49 und 0,91 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem breiten Korridor zwischen -0,60 und 1,04 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

Für die Jugendlichen selbst wurden bei 10 von 14 Verhaltensitems signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .27$ , siehe Abbildung 12). Nicht signifikant unterscheiden sich Mädchen und Jungen wiederum bei „finde einen Mittelweg“, „tue was die anderen wollen“, „sage laut meine Meinung“ und zusätzlich bei „setze mich durch“. Die Mittelwertdifferenzen schwanken hier weniger als bei den Helden, im Mittel zwischen -0,37 und 0,51 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -0,46 und 0,63 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

**Tabelle 30: Mittelwerte zum Verhalten der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht**

Item	Mädchen				Jungen			
	Jugendliche		Helden		Jugendliche		Helden	
	MW	SD	MW	SD	MW	SD	MW	SD
kann gut zuhören	1,59	0,67	1,71	0,74	1,96	0,75	2,20	0,90
nehme Rücksicht auf andere	1,66	0,65	1,66	0,74	1,90	0,76	2,15	0,99
rede mit anderen	1,70	0,67	1,72	0,68	1,98	0,78	2,14	0,83
höre auch auf andere	1,98	0,69	1,98	0,75	2,08	0,75	2,27	0,92
setze mich durch	2,00	0,78	1,77	0,69	1,93	0,71	1,58	0,71
sage laut meine Meinung	2,12	0,83	1,87	0,78	2,13	0,90	1,93	0,88
finde einen Mittelweg	2,31	0,63	2,17	0,67	2,29	0,72	2,19	0,76
regle alles sofort	2,57	0,80	2,30	0,84	2,38	0,83	2,18	0,89
tue was die anderen wollen	2,88	0,73	2,86	0,73	2,85	0,82	2,82	0,84
bin schlauer als andere	2,96	0,74	2,54	0,83	2,57	0,76	2,22	0,84
kenne die Lösung vorher	3,13	0,69	2,67	0,83	2,81	0,80	2,48	0,89
haue auf den Tisch	3,15	0,88	2,90	0,92	2,69	0,95	2,41	1,00
mache meine Feinde fertig	3,20	0,88	2,67	1,02	2,68	0,95	1,91	0,95
kämpfe mit meinen Gegnern	3,24	0,81	2,57	0,98	2,79	0,92	1,93	0,94
schlage zu	3,42	0,79	3,02	0,97	2,92	0,92	2,11	1,06

Schon bei der Überblicksbetrachtung war zu sehen, dass sich die Jugendlichen von bestimmten Verhaltensweisen distanzieren, vor allem für sich selbst, sich diese aber teilweise auch für ihre Helden nur bedingt wünschen. Dieses Phänomen lässt sich in der Betrachtung nach Geschlecht ebenso wiederfinden und ist bei den Mädchen deutlich stärker ausgeprägt



als bei den Jungen. Es betrifft eine Reihe von Items wie „kämpfe mit meinen Gegnern“, „kenne die Lösung vorher“, „bin schlauer als andere“, „haue auf den Tisch“, „mache meine Feinde fertig“ und „schlage zu“. Die sozial sicher nicht erwünschten Verhaltensweisen wie kämpfen, auf den Tisch hauen, Feinde fertigmachen und zuschlagen lehnen zwar auch die Jungen für sich selbst als Verhaltensoption deutlich ab, finden es bei ihren Helden im Vergleich zu den Mädchen aber häufiger adäquat. Dagegen finden Jungen Verhaltensweisen wie „kann gut zuhören“ und „nehme Rücksicht auf andere“ für ihre Helden nicht so attraktiv wie Mädchen, für sich selbst zwar mehr als für ihre Helden, aber immer noch weniger als die Mädchen. Hier zeigt sich klar ein geschlechtsbezogener Effekt, der sicher auch sozialisationsbedingte Gründe hat. Auch unter Erwachsenen sind Verhaltensweisen, die mit konkurrierendem Auftreten und aggressivem Wettbewerb assoziiert werden, bei Männern eher akzeptiert als bei Frauen.

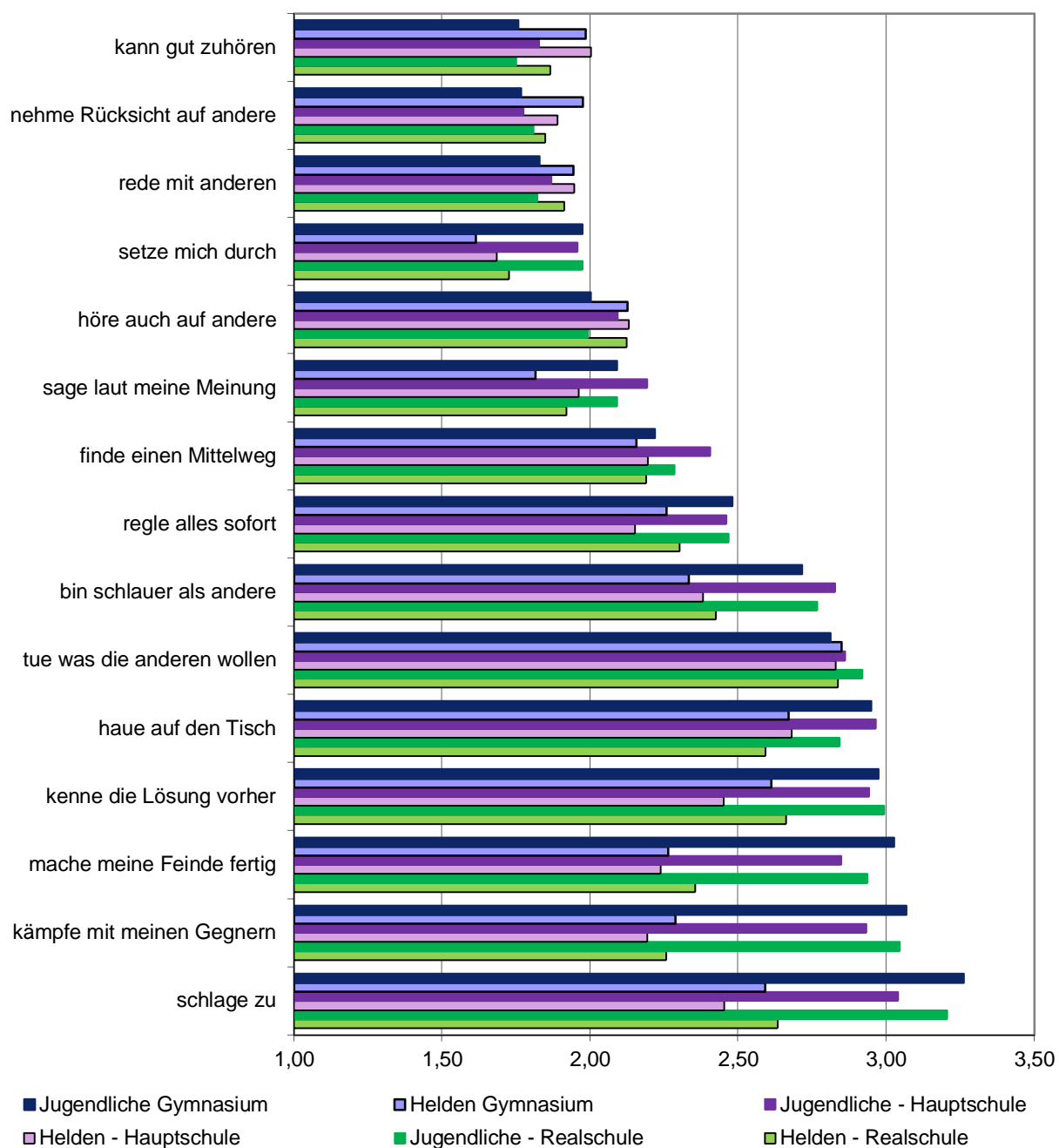
Diese Abweichungen zeigen sich auch in den Tiefeninterviews, die Jungen sind etwas mehr als die Mädchen bereit, sich mit anderen zu messen und auch konkurrierende Verhaltensweisen zu akzeptieren. Auch bei ihren Fernsehhelden wünschen sie sich das ein wenig mehr als die Mädchen. Dennoch ist auch den Jungen grundsätzlich prosoziales Verhalten wichtig, wie an den Mittelwerten zu ihrem eigenen Verhalten gut erkennbar ist, da sie keineswegs Zustimmung zu antisozialem Verhalten zeigen.

Die Frage nach geschlechtsbezogenen Unterschieden kann hier deutlich mit Ja beantwortet werden, die Mädchen präferieren kooperatives Verhalten mehr als die Jungen, sowohl für sich selbst als auch ganz besonders für ihre Helden. Die Jungen gehen stärker in Konkurrenz zu anderen und wünschen sich das vor allem für ihre Helden.

#### 6.2.4.2 *Einschätzung von Schülern unterschiedlicher Schultypen*

Die Bewertung der Verhaltensweisen von Helden und Jugendlichen nach Schülern verschiedener Schultypen zeigt keine so auffälligen Differenzen wie die Betrachtung nach Geschlecht. Das Bild über alle Schultypen ist weitgehend homogen, die Ausprägungen sind über alle Statements nach Schultypen gleichförmig verteilt, die Differenzen zwischen Helden und Jugendlichen zeigen den allgemeinen Trend.

**Abbildung 13: Mittelwerte zum Verhalten von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp**



In einer einfaktoriellen Varianzanalyse wurde überprüft, ob sich die Einschätzungen der Jugendlichen unterschiedlicher Schultypen unterscheiden. Hier wurden nur für zwei Eigen-

schaften der Jugendlichen signifikante Unterschiede gefunden, nämlich für die Statements „finde einen Mittelweg“ ( $F_J(2, 937)=6,39, p<.01$ ) und „schlage zu“ ( $F_J(2, 938)=5,35, p<.01$ ). Die Unterschiede sind wieder signifikant zwischen Hauptschülern und Gymnasiasten ( $p<.01$ ).

Für die Helden gibt es ein Statement mit signifikantem Unterschied zwischen den Schülern verschiedener Schultypen: „kennen die Lösung vorher“ ( $F_H(2, 935)=5,00, p<.01$ ). Hier unterscheiden sich die Hauptschüler signifikant von den beiden anderen Schultypen ( $p<=.47$ ).

**Tabelle 31: Mittelwerte zum Verhalten der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp**

Item	Gymnasium				Hautschule				Realschule			
	Jugendliche		Helden		Jugendliche		Helden		Jugendliche		Helden	
	MW	SD	MW	SD	MW	SD	MW	SD	MW	SD	MW	SD
kann gut zuhören	1,76	0,71	1,99	0,86	1,83	0,78	2,00	0,88	1,75	0,70	1,87	0,85
nehme Rücksicht auf andere	1,77	0,69	1,98	0,90	1,78	0,75	1,89	0,96	1,81	0,72	1,85	0,86
rede mit anderen	1,83	0,70	1,94	0,76	1,87	0,79	1,95	0,82	1,82	0,73	1,91	0,78
setze mich durch	1,97	0,72	1,61	0,71	1,96	0,79	1,69	0,71	1,98	0,73	1,73	0,70
höre auch auf andere	2,00	0,66	2,13	0,86	2,09	0,79	2,13	0,87	1,99	0,71	2,12	0,83
sage laut meine Meinung	2,09	0,89	1,82	0,81	2,19	0,87	1,96	0,88	2,09	0,83	1,92	0,80
finde einen Mittelweg	2,22	0,65	2,16	0,73	2,41	0,70	2,19	0,72	2,29	0,67	2,19	0,69
regle alles sofort	2,48	0,83	2,26	0,86	2,46	0,84	2,15	0,90	2,47	0,79	2,30	0,84
bin schlauer als andere	2,72	0,78	2,33	0,84	2,83	0,76	2,38	0,90	2,77	0,79	2,42	0,81
tue was die anderen wollen	2,81	0,75	2,85	0,79	2,86	0,81	2,83	0,80	2,92	0,77	2,84	0,79
haue auf den Tisch	2,95	0,93	2,67	0,98	2,97	0,94	2,68	0,98	2,84	0,97	2,59	1,02
kenne die Lösung vorher	2,97	0,78	2,61	0,87	2,94	0,78	2,45	0,86	2,99	0,73	2,66	0,83
mache meine Feinde fertig	3,03	0,92	2,26	1,06	2,85	0,97	2,24	1,05	2,94	0,96	2,36	1,06
kämpfe mit meinen Gegnern	3,07	0,89	2,29	1,01	2,93	0,93	2,19	1,00	3,05	0,86	2,26	1,04
schlage zu	3,26	0,85	2,59	1,09	3,04	0,93	2,45	1,13	3,21	0,88	2,63	1,13

Wiederum zeigt sich, dass die besuchte Schule wenig Einfluss auf die Einschätzung der Jugendlichen hat. Bei der Bewertung des Verhaltens wiederholt sich das übergreifende Bild nahezu identisch, es gibt kaum Abweichungen. Die Mittelwerte für die Schüler verschiedener Schultypen stellen sich analog dar, die Unterschiede liegen in der Regel im Bereich der zweiten Nachkommastelle. Ausreißer oder auch nur bemerkenswerte Differenzen sind nicht zu beobachten. Mit Blick auf kleinere Abweichungen sind Items wie „kämpfe mit meinen Gegnern“, „kenne die Lösung vorher“, „mache meine Feinde fertig“ und „schlage zu“ bei Hauptschülern geringfügig mehr akzeptiert als bei Realschülern und Gymnasiasten, allerdings dennoch mit eindeutiger Tendenz zu „selten“. Dafür finden Hauptschüler etwas seltener ei-

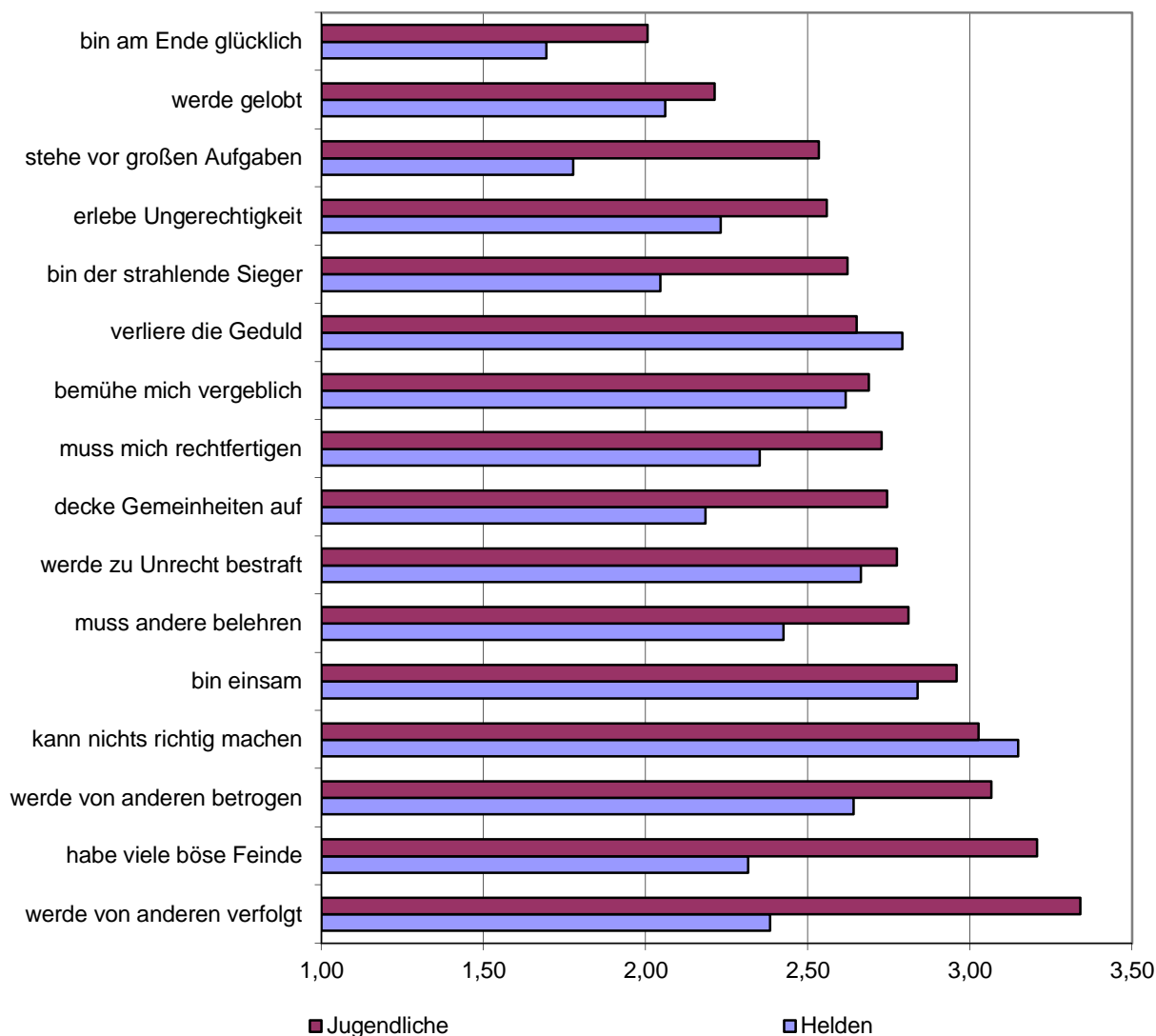
nen Mittelweg als die Schüler anderer Schultypen. Die absoluten Differenzen sind sehr gering, eine spürbar andere Verhaltenseinschätzung kann nicht festgestellt werden. Auch in den Tiefeninterviews ließ sich nicht erkennen, dass die Jugendlichen hier je nach besuchtem Schultyp besondere Vorlieben zeigen, vielmehr waren hier kaum Unterschiede zwischen den Teilnehmern zu spüren. Die sozialen Werte der Jugendlichen sind offensichtlich über das Bildungsniveau hinweg stabil und durchgehend prosozial geprägt, zumindest bei den Teilnehmern an dieser Studie.

Im Hinblick auf die Forschungsfrage nach den Unterschieden nach Schultypen lassen sich demnach nur geringe Unterschiede ausmachen. Hauptschüler schlagen minimal öfter zu und finden seltener einen Mittelweg als Realschüler und vor allem Gymnasiasten, dafür kennen ihre Helden die Lösung öfter vorher als die der Gymnasiasten und vor allem der Realschüler. Davon abgesehen lassen sich kaum Unterschiede nach Schulbildung ausmachen.

### 6.2.5 Erlebnisse von Helden und Jugendlichen

Auch bei den Erlebnissen, die Jugendliche und ihre Helden immer wieder haben, zeigt sich ein Bild, das weitgehend die Hypothese bestätigt. Die Jugendlichen schätzen sich tendenziell ähnlich ein wie ihre Helden, meist aber sind die Statements für die Erlebnisse bei den Helden stärker ausgeprägt.

Abbildung 14: Mittelwerte zu Erlebnissen von Jugendlichen und Helden im Vergleich



Bei einzelnen Statements sehen die Jugendlichen sich selbst stärker betroffen als ihre Helden. Im Hinblick auf die Erlebnisse von Helden und Jugendlichen bestätigen aber auch diese bei genauerem Hinsehen die Hypothese, weil es sich jeweils um negative Erlebnisse handelt, die Jugendliche häufiger haben als ihre Helden.

Die Höhe der Mittelwerte variiert teilweise sehr deutlich zwischen den Helden und den Jugendlichen, offensichtlich sind die Differenzen zwischen Helden und Jugendlichen bei den Erlebnissen stärker spürbar als in anderen Bereichen. Alle Fragenpaare zeigen einen signifi-

kanten Zusammenhang zwischen dem Selbstbild der Jugendlichen und der Wahrnehmung ihrer Helden (16 Chi<sup>2</sup> Tests, siehe Tabelle 32). Die verglichenen Statements korrelieren jeweils schwach positiv, aber durchgehend hochsignifikant (Korrelation nach Kendalls Tau-b, siehe Tabelle 32).

Anhand von T-Tests wurde untersucht, wo sich das generelle Selbstbild von Jugendlichen von der Wahrnehmung der Helden unterscheidet. Für alle 16 Erlebnisse wurden signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .02$ , siehe Abbildung 14), die in einigen Fällen erheblich sind. Die Mittelwertdifferenzen schwanken ebenso erheblich, zwischen -0,95 und 0,15 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -1,02 und 0,21 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

**Tabelle 32: Mittelwerte zu Erlebnissen der Jugendlichen und Helden im Vergleich**

Item	Jugendliche		Helden		Chi Quadrat*		Kendalls Tau b	
	MW	SD	MW	SD	$\chi^2$ **	df	r**	N
bin am Ende glücklich	2,01	0,72	1,69	0,77	147,43**	9	0,25**	920
werde gelobt	2,21	0,62	2,06	0,76	190,59**	9	0,27**	920
stehe vor großen Aufgaben	2,53	0,87	1,78	0,83	120,88**	9	0,25**	920
erlebe Ungerechtigkeit	2,56	0,78	2,23	0,86	151,82**	9	0,26**	917
bin der strahlende Sieger	2,62	0,75	2,04	0,86	138,81**	9	0,29**	920
verliere die Geduld	2,65	0,82	2,79	0,88	214,90**	9	0,30**	919
bemühe mich vergeblich	2,69	0,77	2,62	0,90	211,57**	9	0,32**	911
muss mich rechtfertigen	2,73	0,85	2,35	0,86	228,12**	9	0,31**	906
decke Gemeinheiten auf	2,74	0,82	2,18	0,89	174,88**	9	0,24**	915
werde zu Unrecht bestraft	2,77	0,78	2,66	0,85	148,54**	9	0,23**	918
muss andere belehren	2,81	0,83	2,42	0,87	231,66**	9	0,31**	914
bin einsam	2,96	0,75	2,84	0,85	207,95**	9	0,22**	923
kann nichts richtig machen	3,03	0,74	3,15	0,85	145,26**	9	0,25**	914
werde von anderen betrogen	3,07	0,77	2,64	0,84	142,98**	9	0,23**	917
habe viele böse Feinde	3,21	0,81	2,32	1,04	70,67**	9	0,17**	919
werde von anderen verfolgt	3,34	0,78	2,38	0,96	94,17**	9	0,19**	917

\*Die erwartete Häufigkeit einer Zelle unter 5 lag bei max. 18,8 Prozent.

\*\* $p < .001$

Stehen die Balken zu den Mittelwerten für die Erlebnisse von Helden und Jugendlichen im Diagramm direkt nebeneinander, so zeigt sich ein ähnliches Bild wie schon bei den Grafiken zu Eigenschaften und Verhalten. Die grundsätzlichen Tendenzen zur Bewertung für Helden und Jugendliche sind häufig ähnlich, die Ausprägung variiert. Einige Items zeigen deutlichere Abweichungen in der Höhe der Werte als andere.

Die deutlichsten Abweichungen bei den Items zu den Erlebnissen von Helden und Jugendlichen sind bei „bin der strahlende Sieger“, „habe viele böse Feinde“, „decke Gemeinheiten auf“, „werde von anderen verfolgt“ und „stehe vor großen Aufgaben“ zu beobachten.

Das sind jeweils Erlebnisqualitäten, die sehr viel besser zu Helden als zu normalen Menschen passen, insofern kann das nicht verwundern. Besonders die beiden Items „habe viele böse Feinde“ und „werde von anderen verfolgt“ wären bei häufigem Vorkommen für Jugendliche sehr bedenklich und sprechen daher eher für eine gesunde Einschätzung der Jugendlichen im Hinblick auf ihren Alltag. Für die drei Items „bin der strahlende Sieger“, „decke Gemeinheiten auf“ und „stehe vor großen Aufgaben“, dagegen dürften normalen Jugendlichen im Vergleich zu Helden vor allem die Gelegenheiten fehlen, daneben vielleicht auch die Fähigkeiten.

Die beiden Items in diesen Fragenbatterien, bei denen die Jugendlichen die Ausprägung im Vergleich zu ihren Helden stärker bei sich selbst sehen, sind „verliere die Geduld“ und „kann nichts richtig machen“. Hier liegt die stärkere Ausprägung aufseiten der Jugendlichen wohl in erster Linie an der Formulierung, d.h. die Helden sind geduldiger und machen häufiger alles richtig, was gut zu den Fähigkeiten von Helden passt. Hier sind die Jugendlichen also realistisch genug, ihre Möglichkeiten adäquat einzuschätzen. Alle anderen Items werden von den Jugendlichen im Vergleich zwischen ihren Helden und sich selbst weitgehend analog bewertet, mit einem gewissen Abstand zwischen Helden und Jugendlichen.

In den Tiefeninterviews haben die Jugendlichen im Hinblick auf ihre Fernsehhelden immer wieder klar gemacht, dass diese andere Möglichkeiten haben und auch unter anderen Bedingungen leben wie die Jugendlichen selbst. Das trifft auch zu, wenn sie sich ganz normale Typen als Helden wünschen, dennoch gehen die Jugendlichen davon aus, dass ihre Helden besondere Begabungen haben. Vor diesem Hintergrund machen diese Ergebnisse Sinn. Und in vieler Hinsicht haben die Jugendlichen in den Interviews betont, dass sie natürlich nicht dieselben Herausforderungen wie ihre Helden erleben, gerade wenn es nicht um alltägliche Herausforderungen geht, wie verfolgt werden, Feinde besiegen müssen oder große Aufgaben lösen müssen. Daher zeichnet sich diese Diskrepanz in den Antworten auf die schriftliche Befragung sehr schön ab, da sie geradezu darauf angelegt sind, diese Situationen zu thematisieren. Nur so kann der Unterschied, den die Jugendlichen in den Interviews bereitwillig beschrieben haben, im Rahmen der schriftlichen Befragung auch nachvollzogen werden.

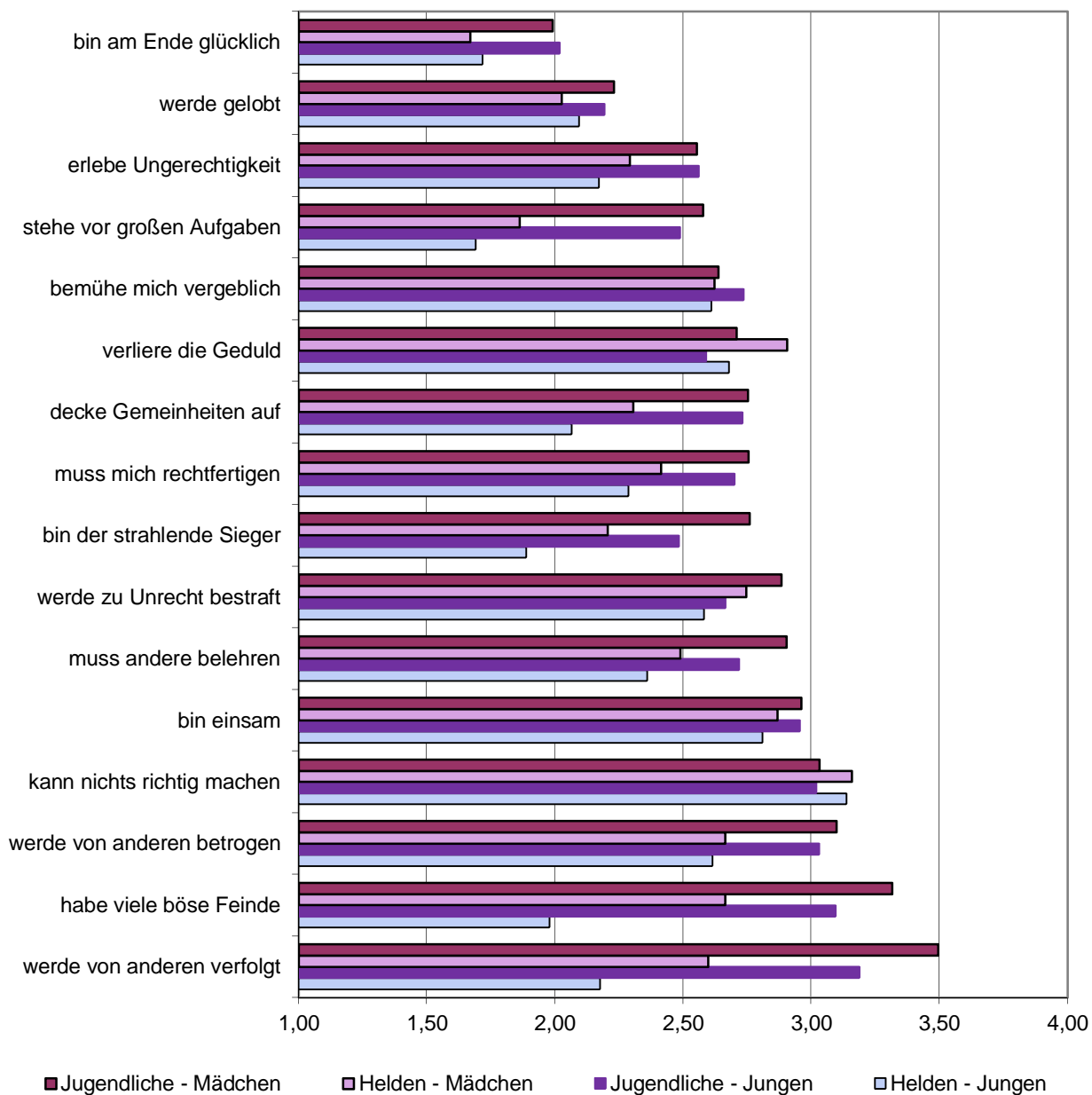
Die Hypothesen sind für die Verhaltensitems beide zu bestätigen, Hypothese zwei unter der Voraussetzung, dass die beiden negativ formulierten Statements in ihrer Ausprägung entsprechend differenziert betrachtet werden.

#### **6.2.5.1    *Einschätzung von Mädchen und Jungen***

Die Einschätzungen der Mädchen und Jungen bezüglich der Erlebnisse von Helden und Jugendlichen zeigen punktuell einige Unterschiede, auch wenn sie grundsätzlich ähnlich ausfallen. Die Differenzen zwischen den Werten für die Helden und die Jugendlichen sind

teilweise deutlich, die Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen fallen bei bestimmten Statements auf.

**Abbildung 15: Mittelwerte zu Erlebnissen von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht**



Anhand von T-Tests wurde untersucht, ob die Einschätzungen von Mädchen und Jungen analog sind. Für die Helden wurden bei 10 von 16 Erlebnissen signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .25$ , siehe Abbildung 15). Nicht signifikant sind die Unterschiede für „sind einsam“, „werden von anderen betrogen“, „werden gelobt“, „sind am Ende glücklich“, „bemühen sich vergeblich“ und „können nichts richtig machen“. Die Mittelwertdifferenzen schwanken moderat, im Schnitt zwischen -0,07 und 0,69 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -0,17 und 0,81 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.



Für die Jugendlichen wurden bei 6 von 16 Erlebnissen signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .29$ , siehe Abbildung 15). Signifikant unterscheiden sich Mädchen und Jungen bei „werde zu Unrecht bestraft“, „bin der strahlende Sieger“, „verliere die Geduld“, „habe viele böse Feinde“, „werde von anderen verfolgt“ und „muss andere belehren“. Die Mittelwertdifferenzen schwanken noch weniger als bei den Helden im Schnitt zwischen -0,10 und 0,31 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -0,20 und 0,41 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

**Tabelle 33: Mittelwerte zu Erlebnissen der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht**

Item	Mädchen				Jungen			
	Jugendliche MW	SD	Helden MW	SD	Jugendliche MW	SD	Helden MW	SD
bin am Ende glücklich	1,99	0,68	1,67	0,73	2,02	0,76	1,72	471
werde gelobt	2,23	0,58	2,03	0,71	2,19	0,66	2,09	0,81
erlebe Ungerechtigkeit	2,55	0,76	2,29	0,83	2,56	0,79	2,17	0,87
stehe vor großen Aufgaben	2,58	0,83	1,86	0,83	2,49	0,90	1,69	0,82
bemühe mich vergeblich	2,64	0,75	2,62	0,88	2,74	0,79	2,61	0,91
verliere die Geduld	2,71	0,78	2,91	0,84	2,59	0,84	2,68	0,90
decke Gemeinheiten auf	2,75	0,80	2,30	0,88	2,73	0,84	2,07	0,90
muss mich rechtfertigen	2,75	0,84	2,42	0,83	2,70	0,86	2,29	0,88
bin der strahlende Sieger	2,76	0,71	2,21	0,85	2,49	0,76	1,89	474
werde zu Unrecht bestraft	2,88	0,71	2,75	0,79	2,67	0,82	2,58	0,90
muss andere belehren	2,90	0,79	2,49	0,85	2,72	0,86	2,36	0,89
bin einsam	2,96	0,71	2,87	0,81	2,96	0,79	2,81	471
kann nichts richtig machen	3,03	0,70	3,16	0,80	3,02	0,77	3,14	0,90
werde von anderen betrogen	3,10	0,75	2,67	0,81	3,03	0,78	2,62	0,88
habe viele böse Feinde	3,32	0,71	2,67	0,98	3,10	0,89	1,98	0,98
werde von anderen verfolgt	3,50	0,66	2,60	0,95	3,19	0,86	2,18	0,92

Obwohl die Mädchen insgesamt wieder selbstkritischer sind als die Jungen, geben sie minimal häufiger an, am Ende glücklich zu sein. Gleichzeitig bemühen sie sich öfter vergeblich und erleben minimal häufiger Ungerechtigkeit, beides allerdings mit sehr kleinen Differenzen.

Auffälliger sind die Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen bei den Items „bin der strahlende Sieger“, „habe viele böse Feinde“ und „werde von anderen verfolgt“, gleichzeitig sind das auch diejenigen, bei denen die Bewertungen für Helden und Jugendliche am deutlichsten auseinanderlaufen. Hier grenzen sich die Mädchen stärker ab als die Jungen und sie sehen diese Erlebnisse auch bei ihren Helden seltener als die Jungen. Die Auffälligkeiten aus den vorhergehenden Fragenbatterien zu konkurrierendem Verhalten zwischen

Mädchen und Jungen finden hier ihre Fortsetzung. Die Mädchen wollen das nicht nur weniger als die Jungen, sondern sie erleben es tatsächlich auch weniger.

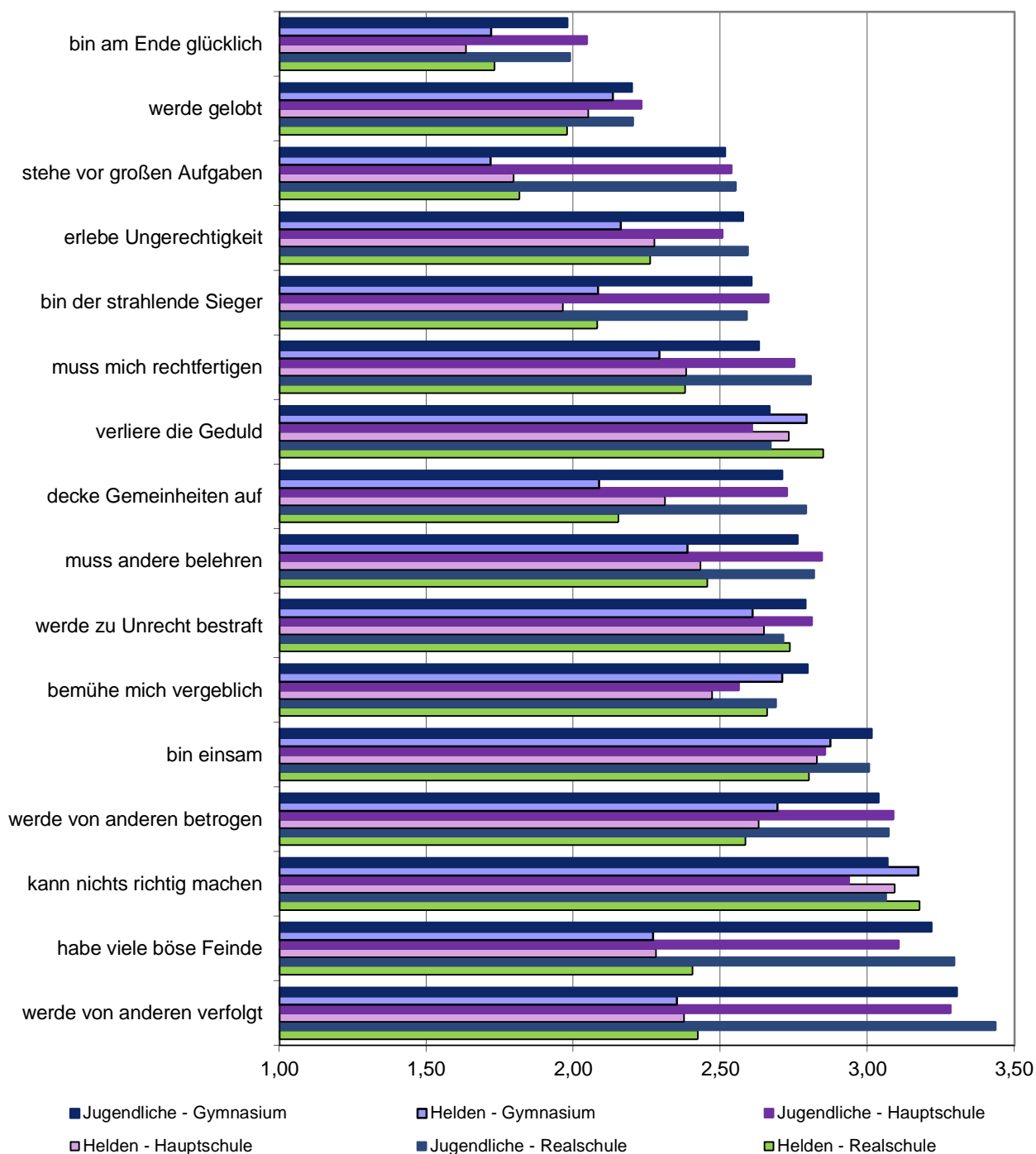
Im Hinblick auf die Auskünfte aus den Tiefeninterviews deckt sich das Bild wieder insofern, als die Mädchen etwas vorsichtiger sind als die Jungen und diese Art von Herausforderungen weniger als die Jungen suchen. Sie mögen diese Erlebnisse auch weniger bei ihren Fernsehhelden, weil ihnen andere Dinge einfach mehr gefallen.

Auf die Frage, ob sich die Bewertungen nach Geschlecht unterscheiden, muss positiv geantwortet werden, auch wenn beim direkten Vergleich zwischen Mädchen und Jungen nur ein kleinerer Teil der Unterschiede signifikant und die Unterschiede über weite Strecken gering sind. Die Mädchen erleben lediglich die stark von Auseinandersetzungen geprägten Erlebnisse deutlich seltener als die Jungen. Auch die Helden der Mädchen haben vor allem die schwierigen Erlebnisse seltener als die der Jungen, die Selektion der Helden entspricht offensichtlich dem Erleben der Jugendlichen, auch wenn der Zusammenhang theoretisch auch umgekehrt gelagert sein könnte. Das ist allerdings unwahrscheinlich, weil die Jugendlichen immer wiederkehrendes Erleben nur bedingt steuern können, die Auswahl ihrer Fernsehhelden aber schon.

### 6.2.5.2 *Einschätzung von Schülern unterschiedlicher Schultypen*

Die Einschätzungen der Jugendlichen nach verschiedenen Schultypen sind ähnlich, es sind nur geringe Unterschiede auszumachen. Schüler unterschiedlicher Schulen haben demnach ähnliche Erlebnisse und unterscheiden sich wenig bezüglich ihrer Helden.

**Abbildung 16: Mittelwerter zu Erlebnissen von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp**



In einer einfaktoriellen Varianzanalyse wurde überprüft, ob sich die Einschätzungen der Jugendlichen unterschiedlicher Schultypen unterscheiden, hier wurden für sechs Erlebnisse

der Jugendlichen signifikante Unterschiede gefunden, nämlich für die Statements „bin einsam“ ( $F_J(2, 932)=4,41, p=.01$ ), „habe viele böse Feinde“ ( $F_J(2, 926)=4,03, p<.02$ ), „bemühe mich vergeblich“ ( $F_J(2, 922)=7,47, p<.01$ ), „kann nichts richtig machen“ ( $F_J(2, 923)=3,12, p<.05$ ), „werde von anderen verfolgt“ ( $F_J(2, 924)=3,27, p<.04$ ) und „muss mich rechtfertigen“ ( $F_J(2, 917)=3,49, p=.03$ ). Letzteres tun Gymnasiasten signifikant häufiger als Realschüler ( $p<.03$ ). Bei den anderen Erlebnissen unterscheiden sich vor allem die Hauptschüler von Gymnasiasten und/oder Realschülern, in drei Fällen signifikant ( $p<.05$ ).

Für die Einschätzung der Helden wurden drei Statements gefunden, bei denen signifikante Unterschiede zwischen den Schülern verschiedener Schultypen vorliegen, nämlich „werden gelobt“ ( $F_H(2, 930)=3,24, p=.04$ ), „bemühen sich vergeblich“ ( $F_H(2, 923)=6,14, p<.01$ ) und „decken Gemeinheiten auf“ ( $F_H(2, 924)=5,36, p<.01$ ). Die Helden der Realschüler werden signifikant häufiger gelobt als die der Gymnasiasten ( $p=.25$ ). Dafür bemühen sich die Helden der Hauptschüler signifikant öfter vergeblich ( $p=.07$ ) und die Helden der Gymnasias-ten decken signifikant häufiger Gemeinheiten auf ( $p<.01$ ).

**Tabelle 34: Mittelwerte zu Erlebnissen der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp**

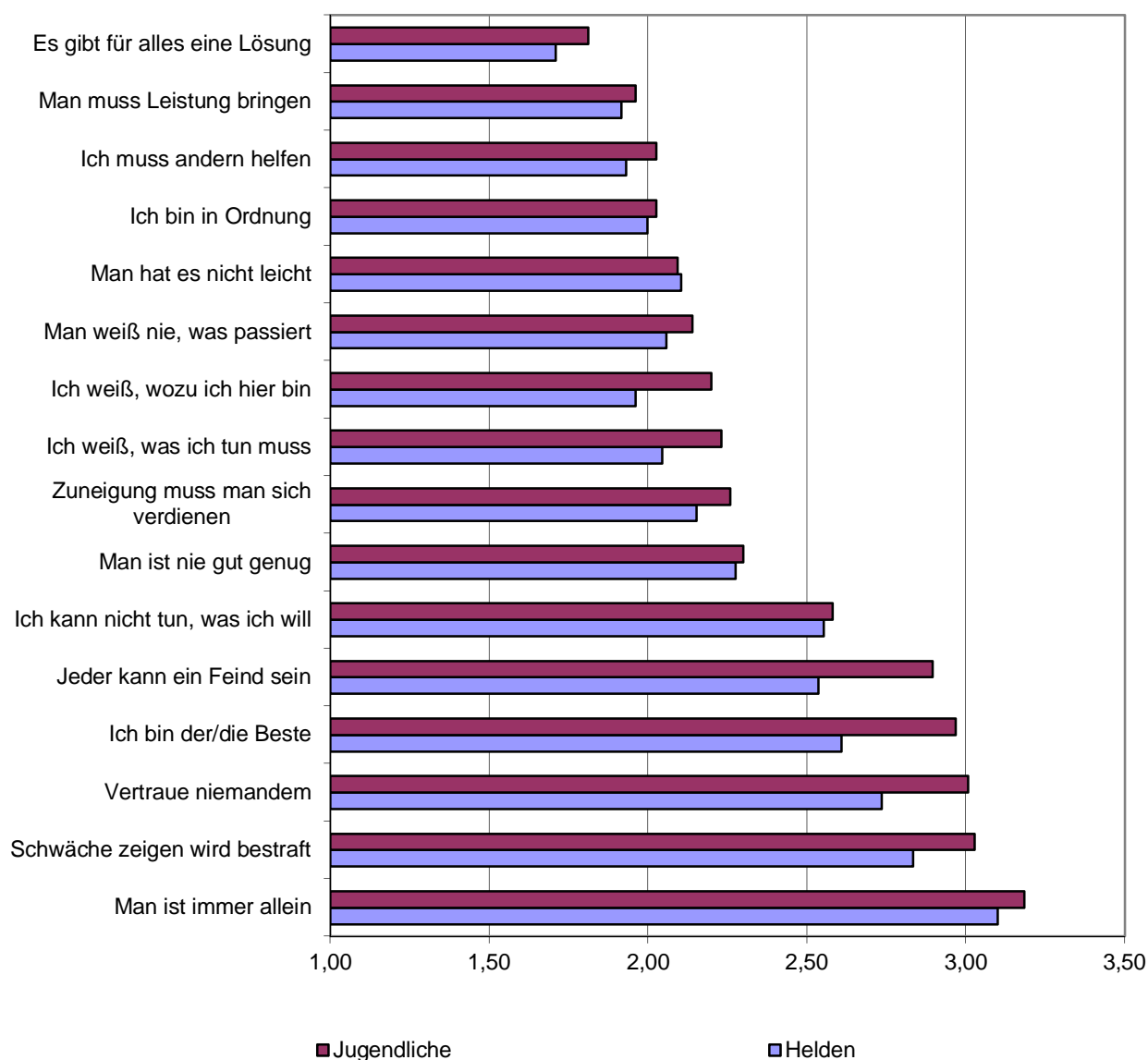
Item	Gymnasium				Hauptschule				Realschule			
	Jugendliche		Helden		Jugendliche		Helden		Jugendliche		Helden	
	MW	SD	MW	SD	MW	SD	MW	SD	MW	SD	MW	SD
bin am Ende glücklich	1,98	0,67	1,72	0,78	2,05	0,75	1,63	0,76	1,99	0,74	1,73	0,77
werde gelobt	2,20	0,55	2,13	0,74	2,23	0,69	2,05	0,82	2,20	0,63	1,98	0,72
stehe vor großen Aufgaben	2,52	0,86	1,72	0,78	2,54	0,91	1,80	0,86	2,55	0,82	1,82	0,84
erlebe Ungerechtigkeit	2,58	0,73	2,16	0,80	2,51	0,80	2,27	0,92	2,59	0,80	2,26	0,85
bin der strahlende Sieger	2,61	0,71	2,08	0,88	2,66	0,79	1,96	0,82	2,59	0,74	2,08	0,87
muss mich rechtfertigen	2,63	0,82	2,29	0,83	2,75	0,88	2,38	0,86	2,81	0,86	2,38	0,89
verliere die Geduld	2,67	0,80	2,79	0,84	2,61	0,85	2,73	0,90	2,67	0,80	2,85	0,90
decke Gemeinheiten auf	2,71	0,80	2,09	0,84	2,73	0,88	2,31	0,95	2,79	0,79	2,15	0,88
muss andere belehren	2,76	0,82	2,39	0,85	2,85	0,86	2,43	0,91	2,82	0,82	2,46	0,85
werde zu Unrecht bestraft	2,79	0,75	2,61	0,83	2,81	0,81	2,65	0,89	2,71	0,77	2,74	0,83
bemühe mich vergeblich	2,80	0,72	2,71	0,90	2,56	0,79	2,47	0,90	2,69	0,79	2,66	0,88
bin einsam	3,01	0,71	2,87	0,82	2,86	0,81	2,83	0,90	3,01	0,72	2,80	0,84
werde von anderen betrogen	3,04	0,72	2,69	0,82	3,09	0,85	2,63	0,89	3,07	0,72	2,59	0,82
kann nichts richtig machen	3,07	0,73	3,17	0,83	2,94	0,77	3,09	0,90	3,06	0,70	3,18	0,82
habe viele böse Feinde	3,22	0,82	2,27	1,02	3,11	0,87	2,28	1,08	3,30	0,73	2,41	1,02
werde von anderen verfolgt	3,31	0,81	2,35	0,93	3,28	0,82	2,38	1,02	3,44	0,70	2,42	0,92

Auch die signifikanten Unterschiede zwischen den einzelnen Gruppen sind durchgehend in der Ausprägung gering. Über die Gruppen hinweg nivellieren sich die Unterschiede auf ein sehr gleichförmiges Bild. Will man in diesem Gesamtbild auffällige Unterschiede ausmachen, so sind in diesem Fall die Realschüler meist diejenigen, die die abgefragten Erlebnisse am seltensten haben, anders als bei den vorhergehenden Fragenbatterien. Allerdings sind die Differenzen in diesem Fall äußerst gering, sie liegen selbst bei den auffälligsten Differenzen unter 0,2 im Mittelwert. Bei den signifikant unterschiedlichen Einschätzungen sind meist die Hauptschüler diejenigen, die am häufigsten einsam sind, viele böse Feinde haben, sich vergeblich bemühen, nichts richtig machen können und von anderen verfolgt werden. Will man einen Unterschied ausmachen, so scheint das Selbstbewusstsein der Hauptschüler etwas geringer ausgeprägt. Nur rechtfertigen müssen sich die Gymnasiasten am häufigsten, noch vor den Hauptschülern und Realschülern. Auch in der Einschätzung ihrer Helden sind die Jugendlichen aller drei Schultypen sehr ähnlich, auch hier sind die Differenzen geringfügig. Auffällig ist bei den Erlebnissen lediglich, dass die Ausprägungen zwischen Jugendlichen und Helden teilweise stark auseinandergehen, allerdings für alle drei Schultypen gleichermaßen. Wesentliche Unterschiede zwischen den Schülern unterschiedlicher Schultypen konnten auch in den Tiefeninterviews nicht festgestellt werden. Offensichtlich gibt es unter den teilnehmenden bayerischen Schulen keine Problemschulen, in denen extreme Erlebnisse an der Tagesordnung sind. Für die Forschungsfrage nach den Unterschieden nach Schultyp heißt das einmal mehr, dass diese geringfügig und damit zu vernachlässigen sind.

### 6.2.6 Gedanken über sich und das Leben von Helden und Jugendlichen

Betrachtet man die Gedanken über sich, andere und das Leben, die Jugendliche und ihre Helden haben, bestätigen sich die Hypothesen bisher am deutlichsten. Die Jugendlichen schätzen sich tendenziell ähnlich ein wie ihre Helden, die Ausprägung ist bei den Helden aber fast durchgehend geringfügig stärker. In einigen Fällen sind die Werte nahezu identisch bzw. geringfügig stärker ausgeprägt bei den Jugendlichen. Auffällige Differenzen gibt es kaum.

**Abbildung 17: Mittelwerte zu Gedanken über sich und das Leben bei Jugendlichen und Helden im Vergleich**



Die Gedanken über sich selbst, die anderen und das Leben schätzen die Jugendlichen bei sich und ihren Helden sehr ähnlich ein, das lässt sich im Balkendiagramm zu den entsprechenden Statements gut beobachten. Sowohl Tendenzen als auch Höhe der Bewertungen sind weitgehend gleichförmig und auch die Differenzen in der Ausprägung teilweise gering. Alle Fragenpaare zeigen einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Selbstbild der Jugendlichen und der Wahrnehmung ihrer Helden (16 Chi<sup>2</sup> Tests, siehe Tabelle 35). Die verglichenen Statements korrelieren jeweils schwach positiv, aber durchgehend hochsignifikant (Korrelation nach Kendalls Tau-b, siehe Tabelle 35).

Anhand von T-Tests wurde untersucht, wo sich das Selbstbild von Jugendlichen von der Wahrnehmung der Helden unterscheidet. Für 11 von 16 Gedanken wurden signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .02$ , siehe Abbildung 17), die allerdings oft geringfügig sind. Nicht signifikant sind die Unterschiede für „Man hat es nicht leicht“, „Man ist nie gut genug“, „Man muss Leistung bringen“, „Ich bin in Ordnung“ und „Ich kann nicht tun, was ich will“. Die Mittelwertdifferenzen schwanken wenig, zwischen -0,36 und 0,01 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -0,42 und 0,06 um die Werte für die Helden.

**Tabelle 35: Mittelwerte zu Gedanken der Jugendlichen und Helden im Vergleich**

Item	Jugendliche		Helden		Chi Quadrat*		Kendalls Tau b	
	MW	SD	MW	SD	$\chi^2$	df	r**	N
Man hat es nicht leicht	2,09	0,73	2,10	0,72	192,84**	9	0,31**	896
Es gibt für alles eine Lösung	1,81	0,77	1,71	0,75	287,88**	9	0,43**	891
Ich bin in Ordnung	2,03	0,70	2,00	0,75	257,47**	9	0,39**	887
Ich weiß, wozu ich hier bin	2,20	0,86	1,96	0,81	246,01**	9	0,34**	887
Ich weiß, was ich tun muss	2,23	0,76	1,96	0,10	145,87**	9	0,24**	875
Ich muss anderen helfen	2,03	0,78	1,93	0,85	303,98**	9	0,38**	897
Man muss Leistung bringen	1,96	0,82	1,92	0,79	310,00**	9	0,40**	883
Zuneigung muss man sich verdienen	2,62	0,75	2,04	0,86	332,67**	9	0,43**	885
Man weiß nie, was passiert	2,14	0,84	2,06	0,85	232,08**	9	0,32**	883
Man ist nie gut genug	2,30	0,90	2,28	0,87	355,49**	9	0,40**	891
Ich bin der/die Beste	2,97	0,78	2,61	0,85	304,92**	9	0,42**	895
Ich kann nicht tun, was ich will	2,58	0,86	2,55	0,87	185,97**	9	0,28**	883
Vertraue niemandem	3,01	0,83	2,73	0,88	241,26**	9	0,34**	891
Schwäche zeigen wird bestraft	3,03	0,94	2,83	0,95	387,59**	9	0,44**	882
Jeder kann ein Feind sein	2,90	0,97	2,54	0,98	351,85**	9	0,41**	882
Man ist immer allein	3,18	0,83	3,10	0,86	195,98**	9	0,34**	883

\*Die erwartete Häufigkeit einer Zelle unter 5 lag bei max. 18,8 Prozent.

\*\* $p < .001$

Bei den Gedanken über sich, andere und das Leben gibt es nur ein Item, bei dem die Ausprägung bei den Jugendlichen stärker ist als bei ihren Helden, allerdings so gering, dass

man sie im Grunde als identisch betrachten kann. Es handelt sich um das Statement „Man hat es nicht leicht“, hier liegen beide Mittelwerte knapp über der Mitte der Skala. Offensichtlich finden die Jugendlichen weder das Leben ihrer Helden noch ihr eigenes besonders schwer zu bewältigen. Die Jugendlichen sind außerdem mehrheitlich der Überzeugung „es gibt für alles eine Lösung“, sind der Meinung, dass sie in Ordnung sind und wissen, wozu sie hier sind und was sie tun müssen.

Gleichzeitig sind sie aber auch mehrheitlich davon überzeugt, dass sie anderen helfen müssen, dass man Leistung bringen muss und dass man sich Zuneigung verdienen muss. Mehr als die Hälfte ist außerdem der Meinung, „Man weiß nie, was passiert“ und „Man ist nie gut genug“. Weniger als die Hälfte ist dagegen der Meinung „Ich bin der/die Beste“ und „Ich kann nicht tun, was ich will“. Nicht bestätigt werden negative Statements wie „Vertraue niemandem“, „Schwäche zeigen wird bestraft“, „Jeder kann ein Feind sein“ und „Man ist immer allein“. Im Großen und Ganzen spiegelt sich hier also ein Weltbild wider, das nicht übertrieben positiv, aber auch nicht stark negativ besetzt ist. Diese Einschätzung treffen die Jugendlichen sowohl für ihre Helden als auch für sich, die Unterschiede sind nicht grundlegend.

Im Vergleich zu den Tiefeninterviews macht dieses Weltbild durchaus Sinn, auch dort haben die Jugendlichen das Leben weder besonders einfach noch besonders schwierig dargestellt. Eine gewisse Anpassung wird wohl von den Jugendlichen erwartet, das haben sie in ihr eigenes Wertesystem auch spürbar übernommen. Eine gewisse Leistungsorientierung bestätigen die Jugendlichen in den Tiefeninterviews ebenfalls, sie scheint aber nicht so fordernd zu sein, dass die Jugendlichen damit nicht umgehen könnten. Das spiegelt sich in den Bewertungen der Statements der schriftlichen Befragung wider.

Die deutlich alltagsfernen und wenig realistischen Statements wurden von den Jugendlichen auch entsprechend bewertet, solche Gedanken kommen bei den Jugendlichen offensichtlich nur selten vor und noch weniger schreiben sie das ihren Helden zu. Das passt gut zur Forderung nach Normalität, die die Jugendlichen in den Tiefeninterviews bezüglich ihrer Helden immer wieder geäußert haben und die sie auch für ihr eigenes Leben für angemessen halten.

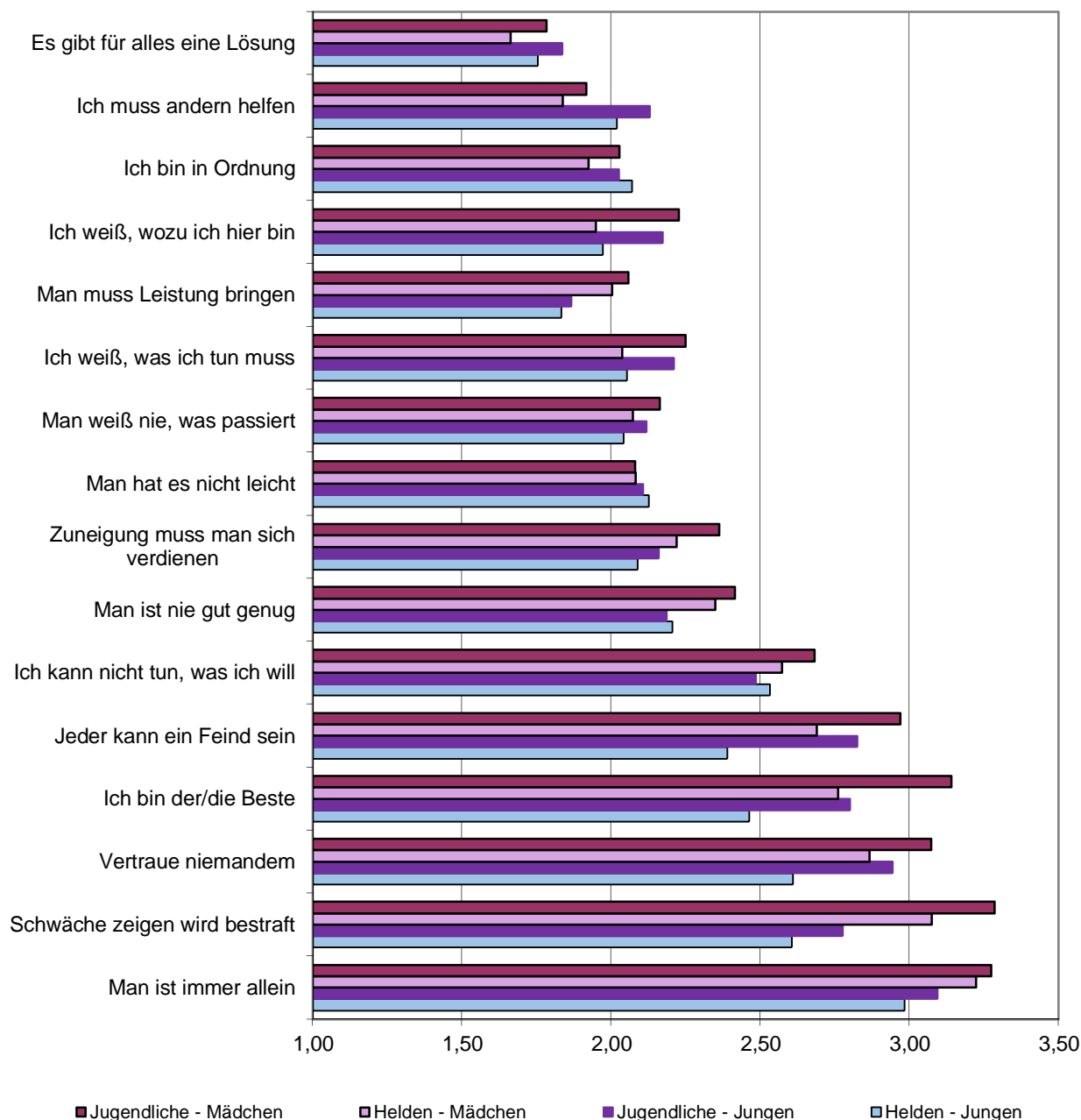
Die Hypothesen bestätigen sich hier fast durchgehend, einen Gedanken schreiben die Jugendlichen ihren Helden minimal öfter zu, nämlich „Man hat es nicht leicht“. Dazu haben sie auch in den Tiefeninterviews oft erwähnt, dass ihre Helden vermutlich größeren Herausforderungen gegenüberstehen als sie selbst.



### 6.2.6.1 Einschätzung von Mädchen und Jungen

Auch bei den Gedanken über sich, andere und das Leben bewerten die Mädchen kritischer als die Jungen. Nur bei wenigen Statements stellt sich die Situation anders herum dar. Die Differenzen zwischen der Bewertung der Helden und ihrer selbst sind bei Mädchen und Jungen durchgehend ähnlich ausgeprägt.

**Abbildung 18: Mittelwerte zu Gedanken von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht**



Anhand von T-Tests wurde untersucht, ob die Einschätzungen von Mädchen und Jungen analog sind. Für die Helden wurden bei 10 von 16 Gedanken signifikante Unterschiede ge-

funden ( $p < .02$ , siehe Abbildung 18). Nicht signifikant sind die Unterschiede für „Man hat es nicht leicht“, „Es gibt für alles eine Lösung“, „Ich weiß, was ich tun muss“, „Ich kann nicht tun, was ich will“, „Man weiß nie, was passiert“ und „Ich weiß, wozu ich hier bin“. Die Mittelwertdifferenzen schwanken moderat, in der Stichprobe im Schnitt zwischen -0,18 und 0,47, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -0,29 und 0,59 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

Für die Jugendlichen selbst wurden ebenfalls bei 10 von 16 Gedanken signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .03$ , siehe Abbildung 18). Nicht signifikant unterscheiden sich Mädchen und Jungen fast analog zu den Helden bei „Man hat es nicht leicht“, „Es gibt für alles eine Lösung“, „Ich bin in Ordnung“, „Ich weiß, was ich tun muss“, „Man weiß nie, was passiert“ und „Ich weiß, wozu ich hier bin“. Die Mittelwertdifferenzen schwanken hier wieder weniger als bei den Helden zwischen -0,21 und 0,51 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -0,31 und 0,63 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

**Tabelle 36: Mittelwerte zu Gedanken der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht**

Item	Mädchen				Jungen			
	Jugendliche		Helden		Jugendliche		Helden	
	MW	SD	MW	SD	MW	SD	MW	SD
Es gibt für alles eine Lösung	1,78	0,75	1,66	0,70	1,84	0,79	1,75	0,81
Ich muss andern helfen	1,92	0,74	1,84	0,75	2,13	0,81	2,02	0,92
Ich bin in Ordnung	2,03	0,70	1,92	0,71	2,03	0,71	2,07	0,79
Man muss Leistung bringen	2,06	0,84	2,00	0,75	1,87	0,79	1,83	0,81
Man hat es nicht leicht	2,08	0,72	2,08	0,67	2,11	0,74	2,13	0,78
Man weiß nie, was passiert	2,16	0,82	2,07	0,84	2,12	0,86	2,04	0,85
Ich weiß, wozu ich hier bin	2,23	0,87	1,95	0,77	2,17	0,86	1,97	0,86
Ich weiß, was ich tun muss	2,25	0,75	2,04	0,69	2,21	0,78	2,05	0,85
Zuneigung muss man sich verdienen	2,36	0,90	2,22	0,80	2,16	0,87	2,09	0,85
Man ist nie gut genug	2,41	0,89	2,35	0,86	2,19	0,89	2,20	0,87
Ich kann nicht tun, was ich will	2,68	0,81	2,57	0,86	2,48	0,91	2,53	0,87
Jeder kann ein Feind sein	2,97	0,92	2,69	0,95	2,82	1,02	2,39	0,99
Vertraue niemandem	3,07	0,79	2,87	0,83	2,94	0,87	2,61	0,90
Ich bin der/die Beste	3,14	0,71	2,76	0,78	2,80	0,81	2,46	0,88
Man ist immer allein	3,27	0,73	3,22	0,76	3,09	0,91	2,98	0,92
Schwäche zeigen wird bestraft	3,28	0,83	3,08	0,84	2,78	0,97	2,61	0,98

Bei den Items „Man hat es nicht leicht“ und „Ich bin Ordnung“ liegen die Jungen in ihrer Bewertung etwa gleichauf mit den Mädchen, ihren Helden schreiben sie diese Gedanken minimal seltener zu als die Mädchen. Im Hinblick auf das Statement „Es gibt für alles eine

Lösung“ sind die Jungen etwas weniger zuversichtlich als die Mädchen, sowohl für ihre Helden als auch für sich. All diese Unterschiede sind allerdings minimal.

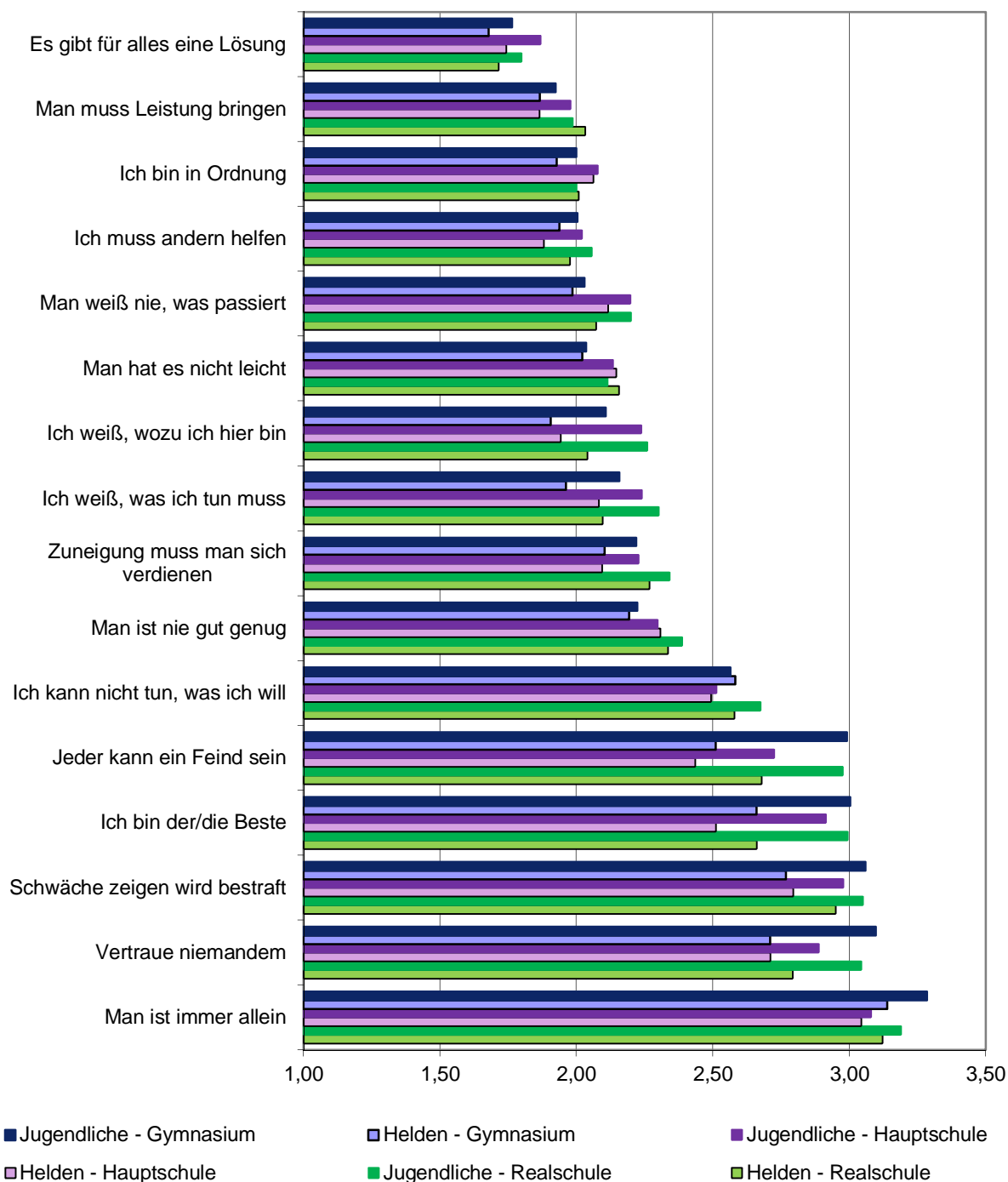
Die größten Abweichungen zwischen Jungen und Mädchen zeigen sich bei den Statements „Ich kann nicht tun, was ich will“, „Man ist nie gut genug“, „Ich bin der/die Beste“, „Schwäche zeigen wird bestraft“ und „Man ist immer allein“. Hier wiederholen sich die Effekte, die sich bei den letzten Fragenbatterien schon gezeigt haben, zum einen sind die Mädchen etwas kritischer im Hinblick auf ihre Leistung. Zum anderen lehnen sie konkurrierende Statements deutlicher ab als die Jungen. Und schließlich fühlen sich die Mädchen scheinbar besser sozial integriert, allerdings ist die Differenz nicht erheblich.

Das passt zu dem Bild, das sowohl aus der schriftlichen Befragung und den Tiefeninterviews bisher bekannt ist und bestätigt die Ergebnisse aus den vorangegangenen Abschnitten. Die Forschungsfrage nach den geschlechtsspezifischen Unterschieden lässt sich also immer wieder ähnlich positiv beantworten, der Unterschied bestätigt sich damit. Die Mädchen bevorzugen Bescheidenheit und prosoziales Verhalten, die Jungen riskieren etwas mehr und üben sich auch in Konkurrenz, ohne allerdings ihre sozialen Werte zu vergessen.

### 6.2.6.2 *Einschätzung von Schülern unterschiedlicher Schultypen*

Auch bei den Gedanken über sich, andere und das Leben sind die Einschätzungen der Schüler verschiedener Schultypen sehr ähnlich, die Schulbildung hat offensichtlich wenig Einfluss auf diese grundlegenden Überzeugungen der Jugendlichen und auch nicht auf die Auswahl ihrer Helden.

**Abbildung 19: Mittelwerte zu Gedanken von Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp**



In einer einfaktoriellen Varianzanalyse wurde überprüft, ob sich die Einschätzungen der Jugendlichen unterschiedlicher Schultypen unterscheiden, hier wurden für vier Gedanken der Jugendlichen signifikante Unterschiede gefunden, für die Statements „Vertraue niemandem“ ( $F_J(2, 900)=5,27, p<.01$ ), „Jeder kann ein Feind sein“ ( $F_J(2, 893)=7,24, p<.01$ ), „Man ist immer allein“ ( $F_J(2, 893)=4,73, p<.01$ ) und „Man weiß nie, was passiert“ ( $F_J(2, 895)=4,12, p<.02$ ).

Für die Einschätzung ihrer Helden wurden sechs Statements gefunden, bei denen signifikante Unterschiede zwischen den Schülern verschiedener Schultypen vorliegen, nämlich „Ich bin der/die Beste“ ( $F_H(2, 915)=3,16, p=.04$ ), „Man hat es nicht leicht“ ( $F_H(2, 916)=3,32, p<.04$ ), „Man muss Leistung bringen“ ( $F_H(2, 907)=4,41, p=.01$ ), „Zuneigung muss man sich verdienen“ ( $F_H(2, 905)=4,07, p<.02$ ), „Schwäche zeigen wird bestraft“ ( $F_H(2, 900)=3,11, p<.05$ ) und „Jeder kann ein Feind sein“ ( $F_H(2, 903)=4,73, p<.01$ ). Soweit sich hier zwischen einzelnen Gruppen signifikante Unterschiede zeigen, sind es in der Regel die Realschüler, die sich von den Hauptschülern und/oder Gymnasiasten unterscheiden ( $p<.05$ ).

**Tabelle 37: Mittelwerte zu Gedanken der Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Schultyp**

Item	Gymnasium				Hautschule				Realschule			
	Jugendliche		Helden		Jugendliche		Helden		Jugendliche		Helden	
	MW	SD	MW	SD	MW	SD	MW	SD	MW	SD	MW	SD
Es gibt für alles eine Lösung	1,76	0,71	1,68	0,73	1,87	0,84	1,74	0,78	1,80	0,75	1,72	0,78
Man muss Leistung bringen	1,92	0,81	1,87	0,74	1,98	0,82	1,86	0,78	1,99	0,83	2,03	0,83
Ich bin in Ordnung	2,00	0,67	1,93	0,71	2,08	0,76	2,06	0,80	2,00	0,68	2,01	0,74
Ich muss andern helfen	2,00	0,72	1,94	0,85	2,02	0,87	1,88	0,84	2,06	0,75	1,98	0,84
Man weiß nie, was passiert	2,03	0,79	1,98	0,79	2,20	0,92	2,12	0,91	2,20	0,80	2,07	0,83
Man hat es nicht leicht	2,04	0,66	2,02	0,69	2,13	0,84	2,15	0,77	2,11	0,68	2,15	0,70
Ich weiß, wozu ich hier bin	2,11	0,79	1,90	0,77	2,24	0,92	1,94	0,89	2,26	0,87	2,04	0,78
Ich weiß, was ich tun muss	2,16	0,69	1,96	0,73	2,24	0,83	2,08	0,84	2,30	0,77	2,10	0,75
Zuneigung muss man sich verdienen	2,22	0,86	2,10	0,79	2,23	0,88	2,09	0,83	2,34	0,93	2,27	0,86
Man ist nie gut genug	2,22	0,86	2,19	0,85	2,30	0,93	2,31	0,89	2,39	0,89	2,34	0,87
Ich kann nicht tun, was ich will	2,56	0,83	2,58	0,86	2,51	0,90	2,49	0,87	2,68	0,85	2,58	0,88
Jeder kann ein Feind sein	2,99	0,96	2,51	0,99	2,72	1,02	2,43	1,00	2,98	0,91	2,68	0,94
Ich bin der/die Beste	3,00	0,79	2,66	0,86	2,91	0,79	2,51	0,86	2,99	0,74	2,66	0,81
Schwäche zeigen wird bestraft	3,06	0,92	2,77	0,98	2,98	0,96	2,79	0,93	3,05	0,93	2,95	0,92
Vertraue niemandem	3,10	0,81	2,71	0,88	2,89	0,87	2,71	0,90	3,04	0,81	2,79	0,84
Man ist immer allein	3,28	0,79	3,14	0,86	3,08	0,90	3,04	0,87	3,19	0,80	3,12	0,84

Die signifikanten Unterschiede zwischen den Gruppen der Jugendlichen entstehen bei den Statements, bei denen sich vor allem Hauptschüler von Gymnasiasten in ihrer Bewertung stark unterscheiden, einmal auch zusätzlich von den Realschülern. Ansonsten liegen

die Realschüler mit ihrer Bewertung häufig in der Mitte oder gleichauf. Bei der Bewertung der Helden dagegen weichen die Realschüler öfter von den andern Schülern ab. Sämtliche beobachtbaren Differenzen zwischen den Einschätzungen der Jugendlichen aus verschiedenen Schultypen sind aber gering. Die Schülerinnen und Schüler aus den verschiedenen Schularten empfinden ganz offensichtlich ähnlich und wünschen sich auch dieselben Helden im Fernsehen. Auch hier stimmen die Ergebnisse aus der schriftlichen Befragung mit den Auskünften der Jugendlichen in den Tiefeninterviews überein.

Nachdem sich bisher bei den Betrachtungen der Antworten nach Schultypen so gut wie keine nennenswerten Unterschiede ergeben haben, werden im Folgenden nur noch die Unterschiede nach Geschlecht weiter analysiert. Nachdem bei der Auswertung der Statements im Einzelnen keine Differenzen nach Schultypen zu beobachten waren, ist es äußerst unwahrscheinlich, dass solche Differenzen bei den auf dieser Basis errechneten Indizes deutlicher zutage treten.

### ***6.2.7 Diskussion anhand des Bezugsrahmens und der Theorie des sozialen Vergleichs***

Wie die letzten Abschnitte zeigen, sind die Ergebnisse im Detail vielfältig und durchaus differenziert zu betrachten. Doch was lässt sich im Hinblick auf die Forschungsfragen und den dahinterliegenden theoretischen Hintergrund nun als Antwort verallgemeinern?

Das wichtigste Ergebnis ist, dass sich die Jugendlichen offensichtlich Helden suchen, die ihnen in ihren Grundzügen ähnlich sind und keinesfalls ihre Antitypen verkörpern. Sie passen gut zu ihrem Bezugsrahmen (Schiff et al. 1975; Schlegel 1995), da sich sehr viel mehr Übereinstimmungen als Unterschiede zeigen. Jede einzelne Antwort zu den oben geprüften Statements kann man soz. als einen Inhalt des Bezugsrahmens der jeweiligen Jugendlichen bzw. ihrer Helden betrachten. Das sind sehr viele markante Sätze, selten kennt man einen Menschen so gut, dass man seine Einschätzung zu all diesen Punkten kennen würde. Im Falle dieser Studie haben wir die Jugendlichen also sehr gut kennengelernt und ebenso ihre Einschätzung von ihren Fernsehhelden. Natürlich werden in dieser Untersuchung nicht einzelne Jugendliche betrachtet, sondern die Gesamtheit der befragten Jugendlichen. Bei der Größe der Stichprobe (N=958) ist das allerdings auch im Hinblick auf die Gesamtheit der teilnehmenden Jugendlichen eine belastbare Menge an Information über deren Bezugsrahmen und die hinterfragten Zusammenhänge.

Ganz offensichtlich trifft es zu, dass sich die Jugendlichen gerne Fernsehhelden suchen, die ihnen bis zu einem gewissen Grad ähnlich sind, indem sie viele dieser Fragen für ihre Helden ähnlich beantworten wie für sich selbst. Nachdem es dabei nicht nur um Eigenschaften und Verhalten, sondern auch um Erlebnisse und Gedanken geht, ist anzunehmen, dass die Jugendlichen und ihre Helden auch Werte und emotionale Empfindungen teilen. Natür-

lich sind die Fernsehhelden fiktiv und die Einschätzung nehmen die Jugendlichen vor und nicht die Helden. Aber es geht auch um die Vorstellung der Jugendlichen von ihren Helden und nicht um reale Helden-Personen und deren Auskünfte. Die Jugendlichen wählen Helden, die in wesentlichen Punkten soz. ähnlich wie sie selbst „ticken“. Auch wenn sie ihren Helden andere Möglichkeiten und auch Freiheiten zuschreiben, sind die Tendenzen bei der Einschätzung von Jugendlichen und Helden oft analog und die grundlegenden Werte kompatibel. Die Merkmale für die Helden sind oft deutlicher ausgeprägt und manchmal auch weniger, etwa wenn es um soziale Anpassung geht. Aber es ist nicht zu erkennen, dass sich die Jugendlichen ihre Antitypen als Helden suchen, die genau das Gegenteil von dem verkörpern, was sie selbst schätzen und tun (vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Wahrnehmung der Jugendlichen von sich und ihren Helden im Vergleich“, „Heldentypen“).

Ähnliche Überzeugungen lassen auf einen ähnlichen Bezugsrahmen schließen, zumindest in den betreffenden Punkten (vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitt „Wahrnehmung der Jugendlichen von sich und ihren Helden im Vergleich“). Und es gibt systematische Unterschiede, z.B. zwischen den Geschlechtern. Sozialisationskonform unterscheiden sich etwa Mädchen und Jungen, aber fast durchgehend und systematisch. Das spiegelt allgemeine Wertvorstellungen wider, die sich in mehr weiblichen oder mehr männlichen Bezugsrahmen niederschlagen.

Dass die Fernsehhelden der Jugendlichen häufig größere Freiheiten und Möglichkeiten haben, ihre Wünsche auszuleben, spricht dafür, dass sich die Jugendlichen in der Mehrheit Fernsehhelden suchen, mit denen sie sich im sozialen Vergleich aufwärts messen. Auch wenn es einzelne Merkmale gibt, in denen die Jugendlichen besser abschneiden, so sind in den hervorstechenden Punkten die Werte für die Helden oft ausgeprägter. Bei einem Helden wie Bart Simson beispielsweise, der selbstverständlich in vielen Punkten nicht sozial adäquat und damit den Jugendlichen unterlegen ist, wurde in den Interviews in den entscheidenden Merkmalen die stärkere Ausprägung bestätigt. Niemand ist im realen Leben so ulkig wie diese Figur aus einer Comedy und genau das ist es, was den Jugendlichen an ihm besonders gefällt. Sie möchten auch gerne mit ihrem Witz erfolgreich sein und andere Menschen auf ihrer Seite haben, auch wenn sie etwas angestellt haben. Und genau das kann Bart Simpson besser als andere. Die Hypothesen und damit auch die dahinter liegende Theorie werden über weite Strecken bestätigt, und selbst wenn scheinbar nicht, wie bei Bart Simpson in vielen Punkten, bleibt bei den entscheidenden Merkmalen die Zustimmung und die Bewunderung für den Helden spürbar.

Das Vorgehen, anhand der Transaktionsanalyse den Bezugsrahmen von Jugendlichen und Helden punktuell zu vergleichen, ist der wichtigste theoretische und methodische Gewinn dieser Untersuchung (siehe Kapitel „Methodologie dieser Studie“, Abschnitte „Schriftliche Befragung“, „Operationalisierung“). Ein solcher systematischer Vergleich innerpsychi-

scher Vorgänge wird durch andere Modelle kaum geleistet. Obwohl es sich um innere Prozesse handelt, die nur im Kontext sinnvoll betrachtet werden können, konnten sie für eine quantitative Untersuchung operationalisiert und anschließend adäquat interpretiert werden. Anhand der Inhalte des Bezugsrahmens kann über weite Strecken transparent gemacht werden, wie Jugendliche ihre Werte und Überzeugungen definieren und wie sie sich, andere und die Welt um sich herum einschätzen. Darauf aufbauend können auch innere Bilder von ihren Helden abgefragt und damit sichtbar gemacht werden. Auf diese Weise erhält man sehr viel Information über die innere Welt der Jugendlichen, die man mithilfe der Modelle der Transaktionsanalyse systematisch analysieren kann. Man kann die einzelnen Informationen in Beziehung zueinander setzen und dadurch mit Bedeutung füllen. Die Modelle der Transaktionsanalyse ermöglichen es, aus vielen fragmentierten Einzelinformationen ein schlüssiges Konstrukt zu formen, das aus vielen Details ein aussagekräftiges Gesamtbild macht.

Ergänzt durch weitere Modelle, die sozial- oder tiefenpsychologische Prozesse beschreiben, wird dieses Bild ergänzt und abgerundet. Die Theorie des sozialen Vergleichs (Festinger 1954) beispielsweise eignet sich sehr gut, um das Gefälle in der Wahrnehmung von Helden und Jugendlichen zu erklären und vor allem den Nutzen für die Jugendlichen durch eine solche Wahl ihrer Fernsehhelden erkennen. Der muss bei einer so deutlichen Wiederholung dieses Musters gegeben sein, sonst würden die Jugendlichen andere Fernsehhelden wählen.

Die verwendeten Theorien und Modelle und die darauf aufbauenden Annahmen haben sich bis dato bestens bewährt. An dieser Stelle gibt es keinen Anlass, die bisher angewandten theoretischen Prämissen in Frage zu stellen, vielmehr wird in den nächsten Abschnitten auf dieser Basis aufgebaut und weiter analysiert. Die im Folgenden verwendeten Modelle bauen auf der Theorie des Bezugsrahmens auf und verfeinern die Perspektive. Die Indizes, die dafür berechnet werden, bauen ebenso auf der breiten Datenbasis zum Bezugsrahmen auf und fokussieren dabei jeweils auf bestimmte Aspekte.

### **6.3 *Persönlichkeitsmerkmale von Jugendlichen und Helden***

In diesem Abschnitt werden primär die Fragen und Hypothesen zu den Indizes auf Basis der bisher erläuterten Antwortbatterien aus der schriftlichen Befragung bearbeitet. Natürlich werden auch hier – genauso wie im nachfolgenden Abschnitt zu den Schwerpunkten der Tiefeninterviews – immer Ergebnisse aus beiden Untersuchungsschritten zusammen betrachtet. Es gibt in dieser Studie keinen Fragenkomplex, der ausschließlich anhand der schriftlichen Befragung oder den Tiefeninterviews beantwortet wird. Gemäß dem Modell der Triangulation werden die beiden Teile der Untersuchung mit verschiedenen methodischen Schwerpunkten immer kombiniert, lediglich der Schwerpunkt bestimmter Fragestellungen kann stärker in den Interviews oder in der schriftlichen Befragung liegen. In diesem Abschnitt



liegt der Schwerpunkt noch einmal auf der schriftlichen Befragung, die entsprechenden Inhalte wurden aber sämtlich auch in den Tiefeninterviews explizit hinterfragt, um eine gezielte wechselseitige Validierung zu ermöglichen. Die Ergebnisse werden durchgehend auch nach Geschlecht differenziert dargestellt.

Folgende Forschungsfragen beziehen sich auf die Persönlichkeitsmerkmale der Jugendlichen und ihrer Helden:

- Forschungsfrage 3.5: Welche Persönlichkeitstypen an Helden bevorzugen die Jugendlichen? Welche Typen sind sie selbst?
  - Hypothese: Jugendliche bevorzugen die Typen, die ihren eigenen Tendenzen entsprechen.
- Forschungsfrage 3.6: Welche Beziehungsmuster dominieren bei ihren Helden? Welche Beziehungsmuster pflegen sie selbst?
  - Hypothese: Bei den Helden dominieren dieselben Beziehungsmuster wie bei den Jugendlichen.
- Forschungsfrage 3.7: Welche Problemlösungsmuster und -strategien bevorzugen sie an ihren Helden? Welche bevorzugen sie selbst?
  - Hypothese: Die Jugendlichen bevorzugen die Muster und Strategien, die sie selbst an den Tag legen.
- Forschungsfrage 3.8: Welche Lebenspositionen schreiben sie ihren Helden zu und welche Lebenspositionen lassen sie selbst erkennen?
  - Hypothese: Die Jugendlichen schreiben ihren Helden dieselben Lebenspositionen zu wie sich selbst.
  - Hypothese: Die Lebenspositionen sind bei den Helden tendenziell stärker ausgeprägt als bei sich selbst.
- Forschungsfrage 3.9: Welche Antreiber sehen sie bei ihren Helden? Welche haben sie selbst?
  - Hypothese: Die Jugendlichen sehen bei ihren Helden dieselben Antreiber wie bei sich selbst.
  - Hypothese: Die Antreiber sind bei den Helden tendenziell stärker ausgeprägt als bei sich selbst.
- Forschungsfrage 3.10: Welche Einschärfungen schreiben sie ihren Helden zu? Welche sich selbst?

- Hypothese: Die Jugendlichen schreiben ihren Helden dieselben Einschärfungen zu wie sich selbst.
- Hypothese: Die Einschärfungen sind bei den Helden tendenziell stärker ausgeprägt als bei Jugendlichen selbst.

### 6.3.1 *Persönlichkeitstypen und Beziehungsmuster*

Am Beginn dieses zentralen Textteils werden in einem Abschnitt die ersten beiden Fragen aus der obigen Liste zusammengefasst, weil sie theoretisch sehr eng zusammenhängen und nur gemeinsam sinnvoll zu betrachten sind. Die hier als Beziehungsmuster bezeichneten Eigenschaften sind im Grunde Varianten der Persönlichkeitstypen, die die Art des zwischenmenschlichen Umgangs im Rahmen eines Persönlichkeitstyps ausmachen. Auch in den Ausführungen zur Theorie (Kapitel „Transaktionsanalytische Theorie“, Abschnitt „Persönlichkeitstypen“) werden diese beiden Themen gemeinsam beschrieben.

Nachdem die Variablen bzw. Indizes zu den Persönlichkeitstypen, Beziehungsmustern und Problemlösungsmustern und -strategien anders berechnet werden als die Einschärfungen, Antreiber und Lebenspositionen, werden sie nicht anhand von Mittelwertvergleichen, sondern anhand der Häufigkeiten dargestellt. Am Ende der beiden Abschnitte werden dennoch einige statistische Ergebnisse zu Korrelationen und Mittelwertvergleichen angeführt.

Die entscheidenden Fragen sind hier aber ebenso, welche Persönlichkeitstypen bei den Jugendlichen vorherrschen und welche Persönlichkeitstypen sie bei ihren Fernsehhelden bevorzugen. Die zentrale Hypothese hierzu lautet: Jugendliche bevorzugen die Typen, die ihren eigenen Tendenzen entsprechen. Allerdings wird auch hier wieder die Vermutung angestellt, dass die Jugendlichen ihren Helden eventuell mehr zutrauen als sich selbst.

Im ersten Schritt ist also zu betrachten, wie die Verteilung der übersicheren versus der unsicheren Persönlichkeitstypen bei Jugendlichen gelagert ist. Hier ist bei den Jugendlichen fast ein Gleichgewicht zwischen den beiden Typen zu beobachten, mit geringer Mehrheit der übersicheren Typen.

**Tabelle 38: Persönlichkeitstypen und ihre Varianten bei Jugendlichen**

%	Persönlichkeitstyp			
	unsicherer Variante		übersicherer Variante	
	offensiv	defensiv	offensiv	defensiv
Mädchen	3,7	24,3	1,24	20,6
Junge	5,5	14,7	3,16	26,8
Summe	9,3	39,0	4,41	47,3
Summe	48,2		51,8	

Die Jugendlichen fühlen sich offensichtlich zu 52 Prozent ihrem sozialen Umfeld überlegen und gehen mit der Zuversicht ins Leben, dass sie eher mehr als andere wissen. Sie geben gerne Ratschläge oder sind bereit, die Führung anderer zu übernehmen. Nur geringfügig weniger (48 Prozent) halten sich dagegen eher für unsichere Typen, die tendenziell glauben, dass andere in bestimmten Situationen besser zurechtkommen als sie selbst und sich daher gerne Ratschläge geben und von anderen führen lassen. (siehe Kapitel „Transaktionsanalytische Theorie“, Abschnitt „Persönlichkeitstypen“).

Vergleicht man das mit den Auskünften der Jugendlichen in den Tiefeninterviews, so zeigen sie im direkten Gespräch eher eine gewisse Unsicherheit, viele halten sich selbst in den Interviews nicht für „Führungstypen“. Allerdings kommt in den Tiefeninterviews eine Differenzierung in der Qualität hinzu, die sich in der schriftlichen Abfrage nicht so fein widerspiegelt. Viele Jugendliche betonen in den Interviews, dass sie in erster Linie ihren eigenen Weg gehen und sich nicht von anderen dominieren lassen. Gleichzeitig orientieren sie sich aber auch an anderen, wenn es die Situation in ihren Augen erfordert. Auf die Frage, ob sie tendenziell führen, wurden in den Tiefeninterviews oft differenzierte Antworten gegeben: „Das ist jetzt unterschiedlich. Also, ich gehe schon soz. meinen eigenen Weg und mache nicht alles mit meinen Freunden gleich. Aber es gibt schon bestimmte Themen, wo ich mit meinen Freunden gleichziehe.“ „Wenn wir in einer Gruppe sind, dann ist es halt immer die Gruppe, die entscheidet.“ „Z.B. in einer Situation, in der nicht alle das gleiche Ziel haben. Da bin ich dann auch nicht unzufrieden, dann sage ich mir halt, ja ok, dann das nächste Mal.“

Betrachtet man das Verhältnis der Persönlichkeitstypen bei den Helden der Jugendlichen, ergibt sich ein deutlich anderes Bild:

Auch hier überwiegen erwartungsgemäß die übersicheren Typen, allerdings sehr viel deutlicher als bei den Jugendlichen. Mit 78 Prozent übersicheren und nur 22 Prozent unsicheren Persönlichkeitstypen unter den Helden halten die Jugendlichen ihre Fernsehhelden offensichtlich für sehr viel sicherer und durchsetzungsfähiger als sich selbst.

**Tabelle 39: Persönlichkeitstypen und Varianten bei den Helden**

%	Persönlichkeitstyp Helden			
	unsicher		übersicher	
	Variante Helden		Variante Helden	
	offensiv	defensiv	offensiv	defensiv
Mädchen	2,2	12,1	1,7	33,6
Junge	2,9	4,5	6,7	36,4
Summe	5,1	16,5	8,4	70,0
Summe	21,7		78,3	

Das spiegelt sich auch in den Tiefeninterviews wider, wo die Jugendlichen ihre Helden ebenfalls häufig als Führungspersönlichkeiten beschreiben. Allerdings betonen die Jugendli-

chen auch dort, dass ihre Helden dennoch auch auf andere Rücksicht nehmen und sich mit anderen abstimmen. Auch bei ihren Helden ist – trotz der grundsätzlich größeren Möglichkeiten – die Situation für den Umgang mit anderen ausschlaggebend. Auf die Frage, wie ihre Helden Probleme lösen, kommen etwa folgende Antworten:

„Sie lösen Probleme oft zusammen. Aber sie sind sich ihrer wichtigen Rolle auch bewusst und führen.“ „Glaub, wieder geteilt.“ „Je nach Situation unterschiedlich.“

Bei der Betrachtung der Variante innerhalb der Persönlichkeitstypen, also dem bevorzugten Beziehungsmuster der Jugendlichen, überwiegen sowohl bei den unsicheren wie bei den sicheren Persönlichkeitstypen die defensiven Varianten. In einem ganz ähnlichen Verhältnis (gut 75 Prozent bei den unsicheren Typen und fast 90 Prozent bei den sicheren Typen) sind sowohl bei den Jugendlichen als auch bei den Helden jeweils die defensiven Beziehungsmuster vorherrschend, die offensive Persönlichkeitsvariante erfreut sich bei den Jugendlichen offensichtlich wenig Beliebtheit.

Erinnert man sich noch einmal an die Definition der Beziehungsmuster, nämlich entweder in einer eher freundlichen bzw. defensiven oder in einer eher ärgerlichen bzw. offensiven Haltung auf andere zuzugehen, je nachdem, ob sich die jeweilige Person gerade in einem angepassten oder in einem kritischen Modus befindet (siehe Kapitel „Transaktionsanalytische Theorie“, Abschnitt „Persönlichkeitstypen“), dann ist das sehr einleuchtend im Hinblick auf die starke soziale Orientierung, die die Jugendlichen immer wieder betonen. Die Jugendlichen haben im Rahmen der Tiefeninterviews immer wieder darauf hingewiesen, wie wichtig ihnen prosoziales Verhalten bei sich und ihren Helden ist, bei dem man sich um andere kümmert und ‚nett und freundlich‘ ist (siehe Abschnitt „Soziale Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden“). Diese Meinung zeigt sich ganz deutlich auch bei der Bewertung der Jugendlichen ihrer eigenen und der Persönlichkeitstypen und Beziehungsmuster ihrer Helden und ist ganz im Sinne der eingangs gestellten Fragen und Hypothesen:

Welche Persönlichkeitstypen und Beziehungsmuster dominieren bei den Helden der Jugendlichen? Welche Persönlichkeitstypen und Beziehungsmuster pflegen sie selbst?

Hypothese: Bei den Helden dominieren dieselben Persönlichkeitstypen und Beziehungsmuster wie bei den Jugendlichen.

Vergleicht man schließlich Mädchen und Jungen, so tendieren die Mädchen noch deutlicher zu den unsicheren Persönlichkeitstypen als die Jungen, sowohl bei sich selbst als auch bei den Helden. Und innerhalb der Persönlichkeitstypen bevorzugen die Mädchen im Vergleich zu den Jungen noch stärker die defensive Variante. Auch in den Tiefeninterviews wurde deutlich, dass die Mädchen die soziale Anpassung noch deutlicher herausstellen, allerdings graduell, ein grundsätzlicher Unterschied war auch in den Interviews nicht festzustellen.

### 6.3.2 Problemlösungsmuster bzw. -strategien

Auch die Problemlösungsstrategien, die die Jugendlichen bevorzugt anwenden und bei ihren Helden überwiegend sehen, werden anhand von Häufigkeiten analysiert. Im Unterschied zu den Persönlichkeitstypen wird hier aber nicht angenommen, dass sie sich gegenseitig dominieren. Bereits die Theorie sieht vor, dass alle Menschen immer beide Strategien zur Verfügung haben und auch beide anwenden, je nach Situation.

Dennoch ist davon auszugehen, dass jeder Mensch eine Tendenz hat, ein bestimmtes Muster zu bevorzugen. Ebenso wie Menschen sehr sicher oder eher unsicher und ob sie eher freundlich oder ärgerlich in ihrer Grunddisposition veranlagt sind, bevorzugen sie eher die Problemlösung alleine oder zusammen mit anderen (siehe Kapitel „Transaktionsanalytische Theorie“, Abschnitt „Problemlösungsmuster bzw. -strategien“). In dieser Darstellung sind daher Mehrfachnennungen möglich und die Tendenz wird je Muster berechnet. Damit ergeben nicht alle Werte zusammen 100 Prozent, sondern die Werte je Muster. Diese Betrachtung wurde bewusst so gewählt, weil auch in den Tiefeninterviews sehr deutlich wurde, dass es hier nicht um „entweder – oder“, sondern um „mehr – oder weniger“ geht und daher eine Darstellung der Ausprägungen beider Muster unabhängig voneinander sinnvoll ist.

Die leitenden Fragen und Hypothesen waren wieder folgende: Welche Problemlösungsmuster bzw. -strategien bevorzugen die Jugendlichen an ihren Helden? Welche bevorzugen sie selbst? Hypothese: Die Jugendlichen bevorzugen bei ihren Helden die Muster bzw. Strategien, die sie auch selbst an den Tag legen.

**Tabelle 40: Einschätzung bezüglich ihrer Kompetenzen zu Problemlösungsstilen bei den Jugendlichen**

%		Problemlösung selbstbezogen		Problemlösung bezogen auf andere	
		ja	nein	ja	nein
Mädchen		37,6	12,7	33,1	16,4
Junge	I	42,5	7,3	35,3	15,3
Summe		80,1	19,9	68,3	31,7
Summe		100,0		100,0	

Offensichtlich haben die Jugendlichen alle Voraussetzungen, ihre Probleme überwiegend selbst zu lösen. Der selbstbezogene Problemlösungsstil passt mit 80 Prozent geeigneten Persönlichkeitsvoraussetzungen gut zu den Jugendlichen. Für die Problemlösung zusammen mit anderen sind mit 68 Prozent ebenfalls meist die Voraussetzungen vorhanden, sie ist für die Jugendlichen aber offensichtlich nicht ganz so verfügbar wie die eigenständige Lösung.

Betrachtet man das Bild für die Helden der Jugendlichen, so zeigt sich eine analoge Verteilung wie bei den Jugendlichen selbst. Die Werte für die selbstbezogene sowie für die auf

andere bezogene Problemlösungsstrategie decken sich nahezu mit denen der Jugendlichen, die Unterschiede bewegen sich vorwiegend im Nachkommastellenbereich.

**Tabelle 41: Einschätzung bezüglich der Kompetenzen ihrer Helden zu Problemlösungsstilen**

%	Problemlösung selbstbezogen Helden		Problemlösung bezogen auf andere Helden	
	ja	nein	ja	nein
Mädchen	40,6	9,1	37,0	13,3
Junge	40,4	9,9	32,0	17,7
Summe	81,0	19,0	69,0	31,0
Summe	100,0		100,0	

Dieses Ergebnis ist insofern überraschend, als hier die Voraussetzungen für die selbstbezogene Problemlösung sowohl bei Jugendlichen als auch ihren Helden stärker ausgeprägt sind als die für die Problemlösung zusammen mit anderen. Die Jugendlichen haben in den Tiefeninterviews ihre Wertschätzung für Problemlösungen zusammen mit anderen immer wieder betont, nicht nur für ihre Helden, sondern auch für sich selbst. Die Kompetenzen weichen hier also offensichtlich von den bevorzugten Lösungen ab. Nun eignet sich natürlich nicht jedes Problem für eine gemeinschaftliche Problemlösung, besonders wenn es um das eigene Privatleben geht. Darüber hinaus war es den Jugendlichen immer wichtig, zu betonen, dass sie ihren eigenen Weg gehen, auch wenn sie sehr auf andere achten. Und offensichtlich schätzen die Jugendlichen ihre Bedingungen nahezu gleich gut ein wie die ihrer Helden. Die Hypothese wird hier voll bestätigt, die Einschätzung der Jugendlichen von sich und ihren Helden ist nahezu analog. Die Vermutung, dass die Helden den Jugendlichen überlegen sind, bestätigt sich in diesem Punkt dagegen nicht.

Beim Vergleich von Mädchen und Jungen zeigen sich kaum Unterschiede. Lediglich wenn es um die eigenen Problemlösungsmuster geht, dann trauen sich die Jungen offensichtlich etwas mehr zu als die Mädchen, allerdings ist der Unterschied nicht sehr ausgeprägt. Bei der Einschätzung der Voraussetzungen ihrer Helden für Problemlösung zusammen mit anderen schätzen die Jungen die Helden etwas schwächer ein als sich selbst und weniger stark als die Mädchen es tun. Ansonsten sind keine nennenswerten Differenzen zwischen Mädchen und Jungen zu erkennen. Einen solchen grundsätzlichen Unterschied konnte man auch in den Tiefeninterviews nicht feststellen.

Doch wie sieht das Ergebnis aus, wenn man nicht Kompetenzen, sondern Verhalten als Maßstab für die Problemlösung zugrunde legt?

**Tabelle 42: Verhalten der Jugendlichen bezüglich Problemlösungsstilen**

%	Problemlösung selbstbezogen		Problemlösung bezogen auf andere	
	ja	nein	ja	nein
Mädchen	15,8	33,8	46,8	3,8
Junge	28,4	22,0	41,2	8,2
Summe	44,2	55,8	88,0	12,0
Summe	100,0		100,0	

Betrachtet man nicht die Stärken und Voraussetzungen, sondern die Verhaltenstendenzen der Jugendlichen und ihrer Helden im Hinblick auf die Problemlösungsstrategien, zeigt sich ein etwas anderes Bild. Mit Blick auf die Bewertung der Verhaltensitems für bestimmte Problemlösungsvarianten verschiebt sich vor allem bei den Werten für die Jugendlichen das Gewicht deutlich von einem selbstbezogenen Problemlösungsverhalten zu einem Problemlösungsverhalten bezogen auf andere. Entweder haben die Jugendlichen ihre Voraussetzungen im Hinblick auf eigenständige Problemlösungen überschätzt oder sie besitzen das Potenzial und wählen dennoch lieber den sozial geprägten Weg.

Die Auskünfte aus den Tiefeninterviews legen nahe, dass die Jugendlichen ganz bewusst, wenn es irgendwie geht, Problemlösungen zusammen mit anderen bevorzugen, auch wenn es eventuell auch alleine möglich wäre. Das könnte die Diskrepanz schlüssig erklären, zumal die Jugendlichen Verhaltensweisen, die sehr stark auf die Durchsetzung eigener Interessen hinweisen, auch einzeln nicht besonders positiv bewertet haben (vgl. Kapitel „Wahrnehmung der Jugendlichen von ihren Helden und sich selbst im Vergleich“ im Abschnitt „Verhalten der Helden und Jugendlichen“).

**Tabelle 43: Verhalten der Helden bezüglich Problemlösungsstilen**

%	Problemlösung selbstbezogen Helden		Problemlösung bezogen auf andere Helden	
	ja	nein	ja	nein
Mädchen	30,4	19,5	45,0	4,9
Junge	43,3	6,9	37,1	13,0
Summe	73,7	26,3	82,1	17,9
Summe	100,0		100,0	

Auch bei den Werten zu den Helden ist eine leichte Verschiebung in dieselbe Richtung wie bei den Jugendlichen zu beobachten, allerdings lange nicht so ausgeprägt wie bei den Jugendlichen. Auch hier sind die Verhaltensweisen, die auf einen Problemlösungsstil zusammen mit anderen hinweisen, stärker ausgeprägt als bei der Betrachtung nach den Kompetenzen. Der deutliche Unterschied zu den Jugendlichen zeigt sich aber bei den Verhaltensweisen zu einem selbstbezogenen Problemlösungsstil, da hier die Werte nun erheblich differieren.

Mit Blick auf die Tiefeninterviews können sich hier durchaus die unterschiedlichen Möglichkeiten zwischen Helden und Jugendlichen bemerkbar machen, auch wenn die Jugendlichen meist möglichst „normale“ und wenig „Superhelden“ präferiert haben. Dennoch schätzen die Jugendlichen ihre Helden stärker und mächtiger ein als sich selbst, sie haben auch oft betont, dass Helden bestimmte Dinge besonders gut können und einen anderen Möglichkeitsrahmen haben als sie selbst. Das spiegelt sich auch in den Bewertungen zu den Eigenschaften im Kapitel „Wahrnehmung der Jugendlichen von ihren Helden und sich selbst im Vergleich“ wider.

Bei der Betrachtung der Ergebnisse nach Geschlecht fällt wiederum auf, dass sich besonders die Mädchen offensichtlich wenig mit einem primär selbstbezogenen Problemlösungsstil identifizieren und ihn auch nicht bei ihren Helden wünschen. Das wird sowohl durch die Ergebnisse in Kapitel „Wahrnehmung der Jugendlichen von ihren Helden und sich selbst im Vergleich“ als auch durch die Auskünfte in den Tiefeninterviews untermauert, besonders die Mädchen wünschen sich in der Mehrheit angepasste und sozial auf Kooperation angelegte Verhaltensweisen, sowohl für sich selbst als auch für ihre Fernsehhelden.

Sämtliche Werte zu Persönlichkeitstypen, Varianten, Problemlösungstypen und Problemlösungsverhalten wurden auf Korrelationen und mittels T-Tests auf signifikante Abweichungen geprüft. Die Werte für Helden und Jugendliche korrelieren durchgehend schwach positiv, aber hochsignifikant ( $p < .01$ ). Anhand von T-Tests wurde überprüft, ob sich die Werte für Helden und Jugendliche unterscheiden. Es wurden durchgehend signifikante – aber sehr gering ausgeprägte – Unterschiede festgestellt ( $p \leq .01$ ), mit Ausnahme des Problemlösungstyps für die Problemlösung mit anderen.

Betrachtet man die Abweichungen nach Geschlecht, so unterschieden sich die meisten Variablen signifikant ( $p \leq .03$ ). Ausnahmen bilden der Beziehungstyp der Jugendlichen und bei den Problemlösungstypen der auf andere bezogene Typ der Jugendlichen und der selbstbezogene Typ der Helden. Die Details zu den statistischen Daten finden sich im Anhang.

### **6.3.3 Lebenspositionen**

Neben den Problemlösungs- und Beziehungstypen spielt auch die Neigung zu einer bestimmten Lebensposition eine wichtige Rolle, wenn man den Charakter eines Menschen näher beschreiben will. Diese Neigung wurde in dieser Studie über einen entsprechenden Index berechnet und wird in Form von Mittelwerten je Lebensposition über alle Jugendlichen hinweg dargestellt.

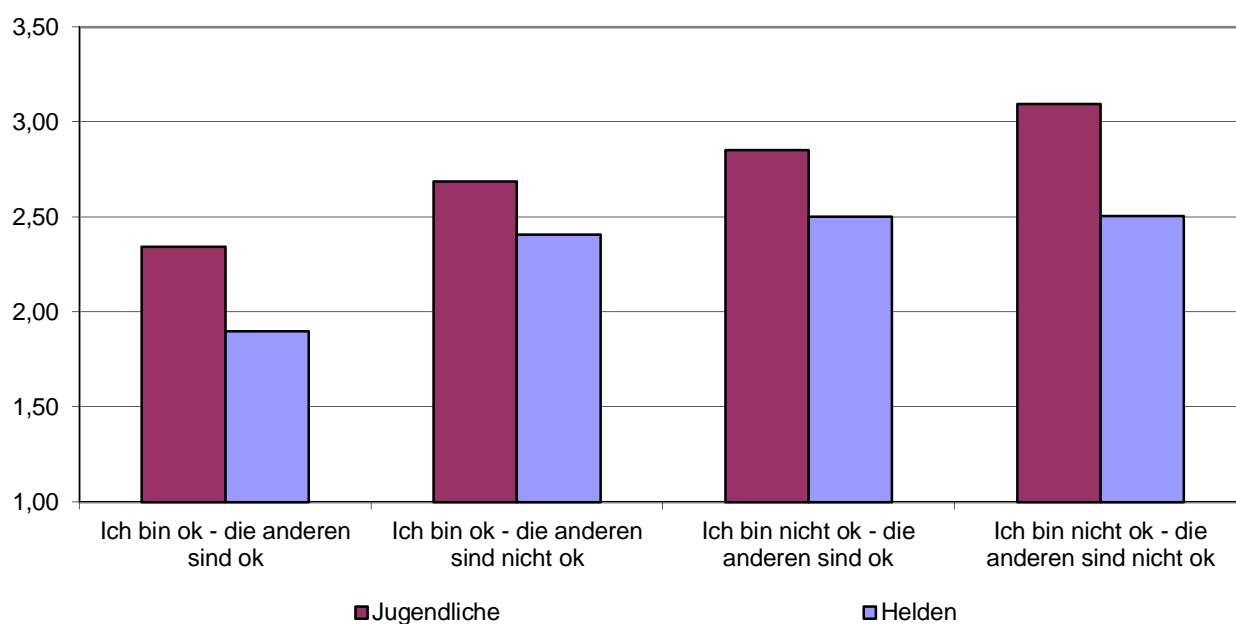
Die Forschungsfrage zu den Lebenspositionen ist: Welche Lebenspositionen schreiben die Jugendlichen ihren Helden zu und welche Lebenspositionen lassen sie selbst erkennen?



Die Hypothesen postulieren: Die Jugendlichen schreiben ihren Helden dieselben Lebenspositionen zu wie sich selbst. Und: Die Lebenspositionen sind bei den Helden tendenziell stärker ausgeprägt als bei sich selbst.

Nun tendiert jeder Mensch zu einer Lebensposition, die er die meiste Zeit seines Lebens einnimmt, und geht nur in Belastungssituationen oder während grundlegender Veränderungen in seinem Leben über längere Zeit in andere Lebenspositionen. Damit könnte man die Lebensposition für einen Menschen auch als ausschließliche sehen und nicht die vier möglichen Lebenspositionen parallel betrachten. In dieser Untersuchung wurde der transaktionsanalytische Ansatz bewusst nicht in dieser Strenge umgesetzt, da es hier nicht um eine therapeutische Betrachtung mit gezielten Indikationen zu Veränderungen geht, sondern um eine Alltagsbetrachtung, die unterschiedliche Tendenzen parallel zulässt und eine Überblicksbetrachtung über die gesamte Stichprobe sucht und nicht eine individuelle Diagnose. In diesem Sinne werden hier alle Tendenzen zu Lebenspositionen gleichwertig betrachtet und nicht als sich ausschließende.

**Abbildung 20: Mittelwerte zu Lebenspositionen bei Jugendlichen und Helden im Vergleich**



Sowohl bei den Jugendlichen als auch bei den Helden überwiegt erwartungsgemäß die sog. „gesunde Position“ „Ich bin ok – die anderen sind ok“ (vgl. Kapitel „Transaktionsanalytische Theorie“, Abschnitt „Lebenspositionen und Grundüberzeugungen“). Die absolute Höhe der Mittelwerte ist bei den Helden niedriger als bei den Jugendlichen selbst, d.h. die Lebenspositionen sind stärker ausgeprägt als bei den Jugendlichen, durchgehend im Sinne der Hypothese. Alle Fragenpaare zeigen einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Selbstbild der Jugendlichen und der Wahrnehmung ihrer Helden. Die verglichenen State-

ments korrelieren jeweils schwach bis mittel positiv, aber durchgehend hochsignifikant (Korrelation nach Pearson mit  $r$  ( $891 < df < 900$ ) zwischen 0,26 und 0,48;  $p < .01$ ).

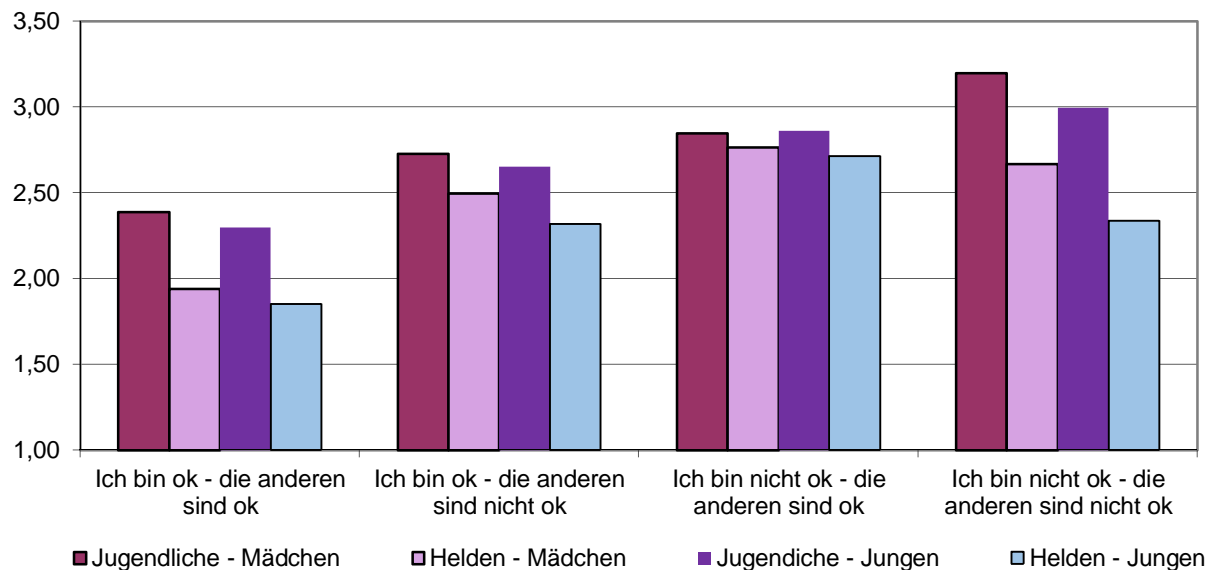
Anhand von T-Tests wurde untersucht, wo sich das generelle Selbstbild von Jugendlichen von der Wahrnehmung der Helden unterscheidet. Für alle vier Lebenspositionen wurden signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .01$ , siehe Abbildung 20), die teilweise deutlich sind. Die Mittelwertdifferenzen schwanken moderat, zwischen -0,59 und -0,11 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -0,64 und -0,08 um die Werte für die Helden in der Stichprobe. In allen Lebenspositionen sehen die Jugendlichen die Ausprägung stärker bei ihren Helden als bei sich selbst, im Einklang mit der Hypothese, dass die absolute Ausprägung zwischen den Helden und Jugendlichen variieren kann, die Tendenz in der Bewertung aber analog bleibt. Die Unterschiede sind hier durchgehend deutlich ersichtlich. Am größten sind die Abstände bei den Positionen „Ich bin nicht ok – die anderen sind nicht ok“ ( $M_J=3,01$ ,  $SD=0,57$ ;  $M_H=2,50$ ,  $SD=0,65$ ), am kleinsten bei „Ich bin ok – die anderen sind nicht ok“ ( $M_J=2,69$ ,  $SD=0,52$ ;  $M_H=2,41$ ,  $SD=0,56$ ).

Am stärksten vertreten ist bei Jugendlichen wie bei Helden die Position „Ich bin ok – die anderen sind ok“ ( $M_J=2,34$ ,  $SD=0,50$ ;  $M_H=1,90$ ,  $SD=0,59$ ), die der normalen Position in unkomplizierten Alltagssituationen entspricht. Das spricht für die gesunden Ansichten der Jugendlichen sowohl bei sich selbst als auch bei der Wahl ihrer Helden. Die beiden Positionen, in denen die Jugendlichen sich selbst für ok halten, sind beliebter als diejenigen, bei denen die anderen ok sind, nicht aber die Jugendlichen selbst. Die negativste Position wird am wenigsten präferiert. Das sehen die Jugendlichen für sich selbst und ihre Fernsehhelden so.

Vergleicht man diese Ergebnisse mit denen aus den Tiefeninterviews, so ist auch hier die Position „Ich bin ok – die anderen sind ok“ vorherrschend und zwar sowohl bei den Jugendlichen selbst als auch bei ihren Helden. Einige Male halten die Jugendlichen für ihre Helden aber auch die Position „Ich bin ok – die anderen sind nicht ok“ für dominant, bei sich selbst kommt das nur in einzelnen Situationen vor. Und dann nicht in dem Sinne, dass sich die Jugendlichen anderen grundsätzlich überlegen fühlen, sondern dass sie manche der anderen nicht mögen und deshalb nicht für ok halten. Nur vereinzelt für bestimmte Helden halten die Jugendlichen es für möglich, dass ihre Helden sich nicht ok fühlen und glauben, die anderen Menschen sind ihnen überlegen. Die Sinnlosigkeitsposition ist in den Tiefeninterviews keine Option für die Jugendlichen, weder für sich selbst noch für ihre Fernsehhelden. Für sich selbst kommen für die Jugendlichen weder die depressive Position (-ok+ok) noch die Sinnlosigkeitsposition (-ok-ok) in Frage.

Beide Hypothesen sind für die Lebenspositionen zu bestätigen, die Mittelwerte zeigen genau das erwartete Bild. Die Tendenzen korrelieren signifikant und die Mittelwerte für Helden und Jugendlichen unterscheiden sich durchgehend signifikant.

**Abbildung 21: Mittelwerte zu Lebenspositionen bei Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht**



Anhand von T-Tests wurde untersucht, ob die Einschätzungen von Mädchen und Jungen analog sind. Für die Helden wurden für drei von vier Positionen signifikante Unterschiede gefunden ( $p \leq .02$ , siehe Abbildung 21). Nicht signifikant ist der Unterschied für „Ich bin nicht ok – die anderen sind ok“. Die Mittelwertdifferenzen schwanken wenig, in der Stichprobe im Schnitt zwischen 0,09 und 0,33, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -0,02 und 0,41 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

Für die Jugendlichen selbst wurden ebenfalls für drei von vier Positionen signifikante Unterschiede gefunden ( $p \leq .02$ , siehe Abbildung 21). Nicht signifikant unterscheiden sich Mädchen und Jungen analog zu den Helden für „Ich bin nicht ok – die anderen sind ok“. Die Mittelwertdifferenzen schwanken noch weniger als bei den Helden, im Mittel zwischen -0,01 und 0,20 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -0,08 und 0,27 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

Bei der Betrachtung der Lebenspositionen nach Geschlecht zeigt sich durchgehend, dass sich die Mädchen etwas weniger positiv einschätzen als die Jungen. Das gilt ebenso für die Einschätzungen ihrer Helden. In der positivsten und der negativsten Position sind diese Unterschiede ausgeprägter als in den mittleren Positionen. Das entspricht der Tendenz auch bei der geschlechtsneutralen Sicht, zeigt sich hier aber deutlicher.

In den Tiefeninterviews sind auf den ersten Blick keine systematischen Unterschiede zwischen den Geschlechtern zu spüren, hier argumentieren Jungen und Mädchen ganz ähnlich. Manchmal antworten die Mädchen etwas differenzierter bei solchen Fragen und wirken so, als denken sie mehr über das eigene Verhalten und das der anderen nach. Insofern kommen etwas unsichere Antworten zur eigenen Einschätzung häufiger von Mädchen und

zur Einschätzung der anderen Menschen geben die Mädchen detaillierter Auskunft, wen sie mögen, wen nicht und warum. Es zeigt sich also wieder der Unterschied zwischen den Geschlechtern, der oben schon beschrieben wurde (vgl. Abschnitt „Wahrnehmung der Jugendlichen von sich und ihren Helden im Vergleich“). Diese Differenz zwischen Mädchen und Jungen scheint systematisch, die Frage nach einer Geschlechterdifferenz ist bis dato durchgehend positiv zu beantworten.

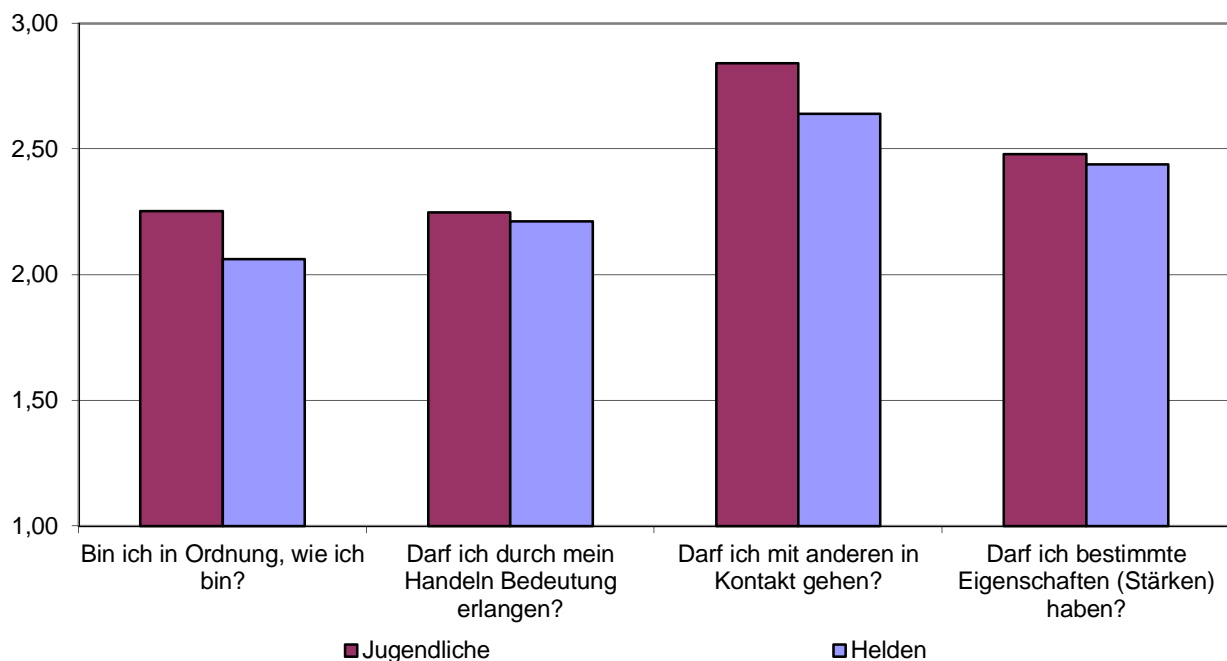
### 6.3.4 *Einschärfungen*

Die 12 Einschärfungen nach Goulding wurden für diese Studie in vier Cluster subsumiert, die Liste ist oben im Detail beschrieben (vgl. Kapitel „Transaktionsanalytische Theorie“, Abschnitt „Einschärfungen und Antreiber“).

Die Forschungsfragen zu den Einschärfungen lauten: Welche Einschärfungen schreiben die Jugendlichen ihren Helden zu? Welche sich selbst?

Die Hypothesen behaupten: Die Jugendlichen schreiben ihren Helden dieselben Einschärfungen zu wie sich selbst und diese Einschärfungen sind bei den Helden tendenziell stärker ausgeprägt als bei den Jugendlichen selbst.

**Abbildung 22: Mittelwerte zu Einschärfungen bei Jugendlichen und Helden im Vergleich**



Bei der Sicht auf die Denkweisen der Jugendlichen bezüglich Einschärfungen bestätigt sich die Hypothese mit nur sehr geringen Abweichungen in den Wertausprägungen zwischen Jugendlichen und Helden. Alle Fragenpaare zeigen einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Selbstbild der Jugendlichen und der Wahrnehmung ihrer Helden. Die vergliche-

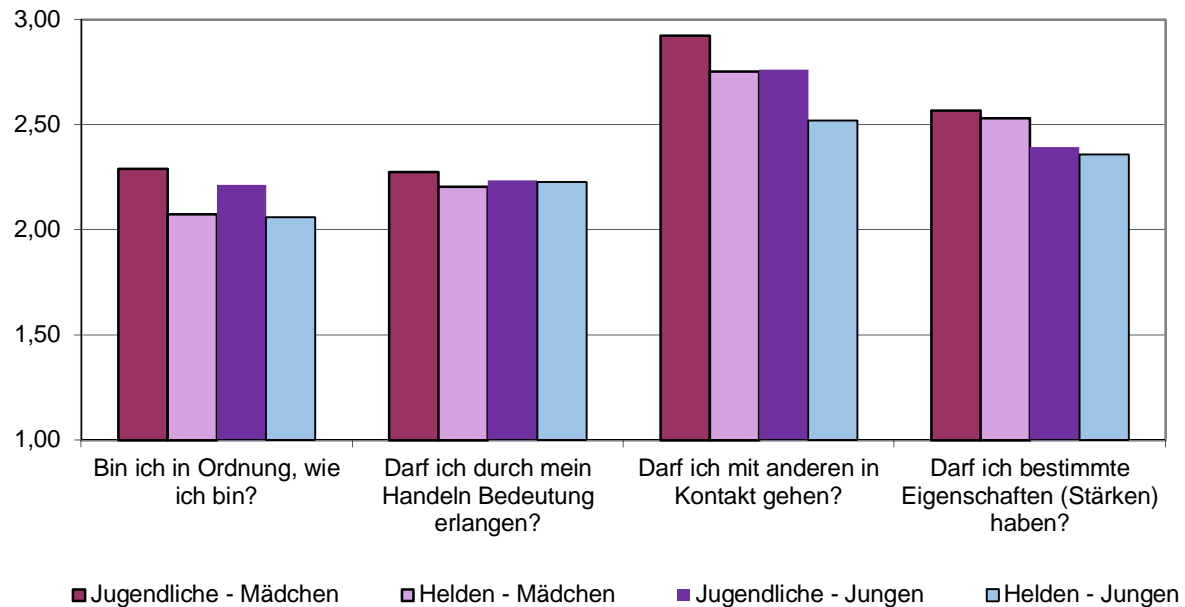
nen Statements korrelieren jeweils mittelstark positiv und durchgehend hochsignifikant (Korrelation nach Pearson mit  $r$  ( $842 < df < 870$ ) zwischen 0,44 und 0,58;  $p < ,01$ ).

Anhand von T-Tests wurde untersucht, wo sich das Selbstbild der Jugendlichen von der Wahrnehmung ihrer Helden unterscheidet. Für alle vier Cluster wurden signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .03$ , siehe Abbildung 22), die teilweise geringfügig sind. Die Mittelwertdifferenzen schwanken geringfügig, im Schnitt zwischen -0,20 und -0,04 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem kleinen Korridor zwischen -0,24 und 0,00 um die Werte für die Helden in der Stichprobe. Bei den Einschätzungen zu den Clustern „Bin ich in Ordnung, wie ich bin?“ und „Darf ich mit anderen in Kontakt gehen?“ zeigen sich geringe, aber sichtbare Abweichungen. Bei den Clustern „Darf ich durch mein Handeln Bedeutung erlangen?“ und „Darf ich bestimmte Eigenschaften (Stärken) haben?“ sind kaum mehr Unterschiede in der Ausprägungen zwischen Jugendlichen und Helden zu verzeichnen, die Werte variieren lediglich in der zweiten Nachkommastelle.

Wenig Probleme haben die Jugendlichen offensichtlich mit dem Thema, ob sie mit anderen in Kontakt gehen dürfen ( $M_J=2,84$ ,  $SD=0,59$ ;  $M_H=2,64$ ,  $SD=0,59$ ), auch ihre Eigenschaften oder Stärken sind offensichtlich nur selten ein Problem ( $M_J=2,48$ ,  $SD=0,42$ ;  $M_H=2,44$ ,  $SD=0,42$ ). Das entspricht den Rückmeldungen in den Tiefeninterviews, in denen soziale Kontakte extrem positiv besetzt und als dringend erwünscht beschrieben wurden. Soziale Kontakte zu pflegen scheint für die Jugendlichen nicht besonders schwer zu sein. Auch können die Jugendlichen in der Regel offenbar gut so sein wie sie sind, mit ihren Eigenschaften und Stärken. Das passt ebenfalls gut zu den Auskünften in den Tiefeninterviews, dass sich die Jugendlichen in Ordnung fühlen wie sie sind und dafür auch meist Zustimmung von ihrer Umgebung bekommen. Schwieriger ist es offensichtlich für die Jugendlichen, durch ihr Handeln Bedeutung zu erlangen ( $M_J=2,25$ ,  $SD=0,50$ ;  $M_H=2,21$ ,  $SD=0,52$ ), hier versteckt sich möglicherweise der Hinweis auf einen gewissen Leistungsdruck, wenn er auch moderat ist. Wie sie in den Tiefeninterviews berichtet haben, müssen die Jugendlichen gewisse Anforderungen erfüllen, etwa von den Eltern oder in der Schule. Das dürfte auch die Schwierigkeit für den Bereich „Bin ich in Ordnung, wie ich bin?“ ( $M_J=2,25$ ,  $SD=0,49$ ;  $M_H=2,06$ ,  $SD=0,48$ ) ausmachen, denn grundsätzlich haben die Jugendlichen in den Tiefeninterviews dazu keine Probleme berichtet. Dennoch scheint es gerade in der Lebensphase der Pubertät, in der sich die Teilnehmer an dieser Studie befinden, nicht immer einfach zu sein, den Ansprüchen von außen gerecht zu werden und gleichzeitig den eigenen Weg zu finden. Zudem beschäftigen die Jugendlichen in dieser Lebensphase körperliche Veränderungen, die sicher gelegentlich für Unsicherheit sorgen. Darüber haben die Jugendlichen in den Tiefeninterviews nur am Rande gesprochen, aber Hinweise darauf kamen durchaus, obwohl das Thema von Interviewerinnenseite nicht explizit thematisiert wurde.

Die Hypothesen sind daher zu bestätigen, die erste deutlicher als die zweite. Die Tendenzen bei der Bewertung sind für Jugendliche und Helden analog, allerdings sind die Unterschiede nur gering ausgeprägt.

**Abbildung 23: Einschärfungen nach Geschlecht**



Anhand von T-Tests wurde untersucht, ob die Einschätzungen von Mädchen und Jungen analog sind. Für die Jugendlichen selbst wurden für drei von vier Cluster signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .02$ , siehe Abbildung 23). Nicht signifikant ist der Unterschied für „Darf ich durch mein Handeln Bedeutung erlangen?“. Die Mittelwertdifferenzen schwanken äußerst gering, in der Stichprobe im Schnitt zwischen 0,04 und 0,17, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem engen Korridor von -0,03 und 0,24 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

Für die Helden wurden für zwei von 4 Positionen signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .01$ , siehe Abbildung 23). Nicht signifikant unterscheiden sich Mädchen und Jungen bei „Bin ich in Ordnung, wie ich bin?“ und „Darf ich durch mein Handeln Bedeutung erlangen?“. Die Mittelwertdifferenzen schwanken ähnlich gering wie bei den Jugendlichen, im Mittel zwischen -0,02 und 0,23 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -0,09 und 0,31 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

Im Hinblick auf die Unterschiede zwischen den Geschlechtern zeigen sich bei dieser Bewertung nur geringe Unterschiede. Die Mädchen sind ein wenig entspannter mit sich selbst und teilweise auch ihren Helden als die Jungen. Die Werte sind durchgehend mittel ausgeprägt, daran ändern auch die wenigen Schwankungen nichts. Lediglich bei den Clustern „Darf ich mit anderen in Kontakt gehen?“ ( $M_M=2,92$ ,  $SD=0,55$ ;  $M_H=2,75$ ,  $SD=0,55$ ;  $M_{Ju}=2,76$ ,

SD=0,61;  $M_H=2,52$ , SD=0,60) und „Darf ich bestimmte Eigenschaften (Stärken) haben?“ ( $M_M=2,57$ , SD=0,39;  $M_H=2,53$ , SD=0,40;  $M_{Ju}=2,39$ , SD=0,43;  $M_H=2,36$ , SD=0,42) zeigen sich kleine Unterschiede, wie schon im Gesamtbild.

Aus den Tiefeninterviews ist bekannt, dass die Mädchen noch kontaktfreudiger und sozial orientierter sind als die Jungen, das scheint sich hier positiv bemerkbar zu machen. Außerdem ist die Tendenz der Jungen, sich auch manchmal mit anderen zu messen, eventuell ein Faktor, der den Umgang mit anderen gelegentlich erschwert, allerdings scheinen die Jugendlichen das insgesamt sehr gut zu bewältigen. Die Werte liegen durchgehend auf einem mittleren Niveau und es wäre unrealistisch, dass solche Herausforderungen im Leben der Jugendlichen nicht ab und an eine Rolle spielen.

### **6.3.5 Antreiber**

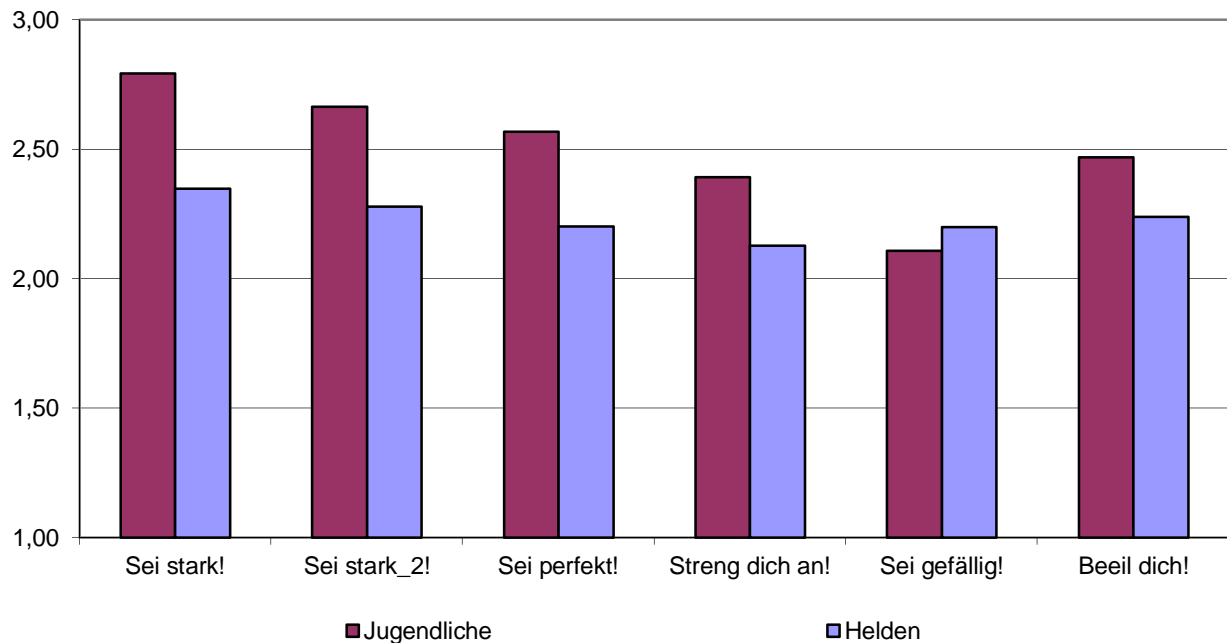
Ein weiterer wichtiger Index für die Herausforderungen im Leben der Jugendlichen sind neben den Einschärfungen die Antreiber. Die fünf Antreiber nach Taibi Kahler wurden original so übernommen, wie sie aus der Transaktionsanalyse bekannt sind (vgl. Kapitel „Transaktionsanalytische Theorie“, Abschnitt „Antreiber“). Der Antreiber „Sei stark“ wurde allerdings in zwei Varianten geprüft, einmal mit dem Statement „schlage zu“ und einmal ohne (Sei stark\_2!). Hintergrund ist die Befürchtung, dass ein solch sozial wenig akzeptiertes Statement die Werte für diesen Antreiber stark verzerren könnte. Mit den beiden Varianten ist der direkte Vergleich möglich und eine Verzerrung der Ergebnisse kann ggf. durch Variation ausgeschlossen werden. Tatsächlich sind die Tendenzen aber analog und die Differenzen in den Ausprägungen nur geringfügig.

Die entscheidenden Fragen in dieser Studie zu den Antreibern sind: Welche Antreiber sehen die Jugendlichen bei ihren Helden? Welche haben sie selbst?

Die Hypothesen behaupten: Die Jugendlichen sehen bei ihren Helden dieselben Antreiber wie bei sich selbst. Diese Antreiber sind bei den Helden tendenziell stärker ausgeprägt als bei den Jugendlichen selbst.

Die absolute Höhe der Mittelwerte für die Antreiber ist bei den Helden meist deutlicher ausgeprägt als bei den Jugendlichen selbst, ganz im Sinne der Hypothese (siehe Abbildung 24). Allerdings gibt es einen Ausreißer unter den Statements, hier ist das Verhältnis umgekehrt, die Jugendlichen bewerten den Antreiber „Sei gefällig“ bei sich stärker als bei ihren Helden, im Gegensatz zur Hypothese und den Tendenzen bei den Werten für die anderen Antreiber. Hier zeigt sich wieder die starke Betonung der sozialen Anpassung bei den Jugendlichen, die sie für ihre Helden zwar auch, aber nicht ganz so stark einfordern wie für sich selbst. Das passt gut zu dem Bild, das sich auch schon im direkten Vergleich der einzelnen Merkmale abgezeichnet hat (vgl. Abschnitt „Wahrnehmung der Jugendlichen von sich und ihren Helden im Vergleich“).

Abbildung 24: Antreiber bei Jugendlichen und Helden im Vergleich



Alle Fragenpaare zeigen einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Selbstbild der Jugendlichen und der Wahrnehmung ihrer Helden. Die verglichenen Statements korrelieren jeweils schwach bis mittel positiv, aber durchgehend hochsignifikant (Korrelation nach Pearson mit  $r$  ( $904 < df < 929$ ) zwischen 0,34 und 0,51;  $p < .01$ ).

Anhand von T-Tests wurde untersucht, wo sich das generelle Selbstbild von Jugendlichen von der Wahrnehmung der Helden unterscheidet. Für alle fünf Antreiber wurden signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .01$ , siehe Abbildung 24), die spürbar sind. Die Mittelwertdifferenzen schwanken moderat, im Mittel zwischen -0,44 und 0,09 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -0,49 und 0,13 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

Die Unterschiede zwischen Jugendlichen und Helden sind bei den Antreibern fast durchgehend deutlich zu sehen, bei allen Antreibern außer „Sei gefällig!“ sind die Antreiber bei den Helden deutlicher ausgeprägt. Bei „Sei gefällig!“ dagegen sind die diesbezüglichen Ansichten der Jugendlichen ein wenig stärker ausgeprägt ( $M_J=2,11$ ,  $SD=0,51$ ;  $M_H=2,12$ ,  $SD=0,60$ ). Diese Differenz ist allerdings minimal, im Grunde ist festzustellen, dass die Jugendlichen von sich selbst mindestens genauso viel soziale Anpassung fordern wie von ihren Helden.

Bei den Antreibern „Sei stark!“ ( $M_J=2,79$ ,  $SD=0,65$ ;  $M_H=2,35$ ,  $SD=0,72$ ), „Sei perfekt!“ ( $M_J=2,57$ ,  $SD=0,55$ ;  $M_H=2,20$ ,  $SD=0,56$ ), „Streng dich an!“ ( $M_J=2,39$ ,  $SD=0,46$ ;  $M_H=2,13$ ,  $SD=0,53$ ) und „Beeil dich!“ ( $M_J=2,47$ ,  $SD=0,82$ ;  $M_H=2,24$ ,  $SD=0,87$ ) dagegen wiederholt sich das gewohnte Bild, die Tendenzen sind analog, die Werte aber bei den Helden deutlicher

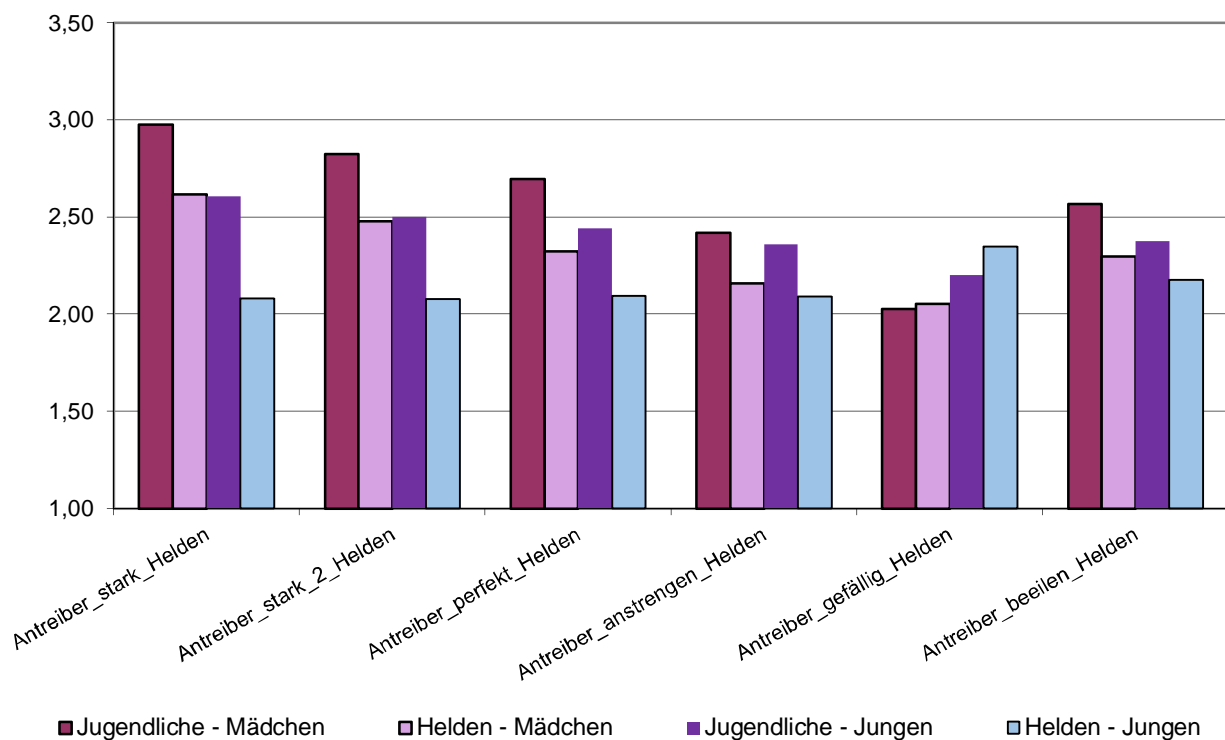


ausgeprägter als bei den Jugendlichen. Insgesamt ist das Niveau der Ausprägungen sehr moderat, sämtliche Ausprägungen befinden sich in einem mittleren Bereich, der maximal auf geringes Antreiberverhalten bei den Jugendlichen hinweist. Die Werte für die Helden sind ein wenig höher, aber in keinem Fall scheint einer der Antreiber stark ausgeprägt.

In den Tiefeninterviews haben die Jugendlichen mehrheitlich berichtet, dass ihnen solche Verhaltensweisen bei ihren Helden nicht wichtig sind, besonders Stärke und Perfektion halten die Jugendlichen für überflüssig oder unrealistisch. Lediglich die Helden der Jungen sollen ab und an Stärke demonstrieren, natürlich kommt das auch auf den Typ des jeweiligen Helden an. Superhelden, die nicht stark sind, sind sicher unpassend, die „ganz normalen“ Typen, die sich die Jugendlichen aber mehrheitlich wünschen, müssen diese Verhaltensweisen nicht übermäßig an den Tag legen.

Die Hypothesen sind für vier von fünf Antreibern zu bestätigen, lediglich für einen Antreiber zur sozialen Anpassung bestätigen sie sich nicht. Im Widerspruch zur Hypothese ist er bei den Jugendlichen etwas stärker ausgeprägt als bei den Helden, allerdings minimal.

**Abbildung 25: Mittelwerte zu Antreibern bei Jugendlichen und Helden im Vergleich nach Geschlecht**



Anhand von T-Tests wurde untersucht, ob die Einschätzungen von Mädchen und Jungen analog sind. Für die Jugendlichen selbst wurden für alle 6 Antreiber signifikante Unterschiede gefunden ( $p < .01$ , siehe Abbildung 25). Die Mittelwertdifferenzen schwanken moderat, in der Stichprobe im Schnitt zwischen -0,17 und 0,37, in der Grundgesamtheit liegen die erwar-

teten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -0,24 und 0,45 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

Für die Helden wurden ebenfalls für alle Antreiber signifikante Unterschiede gefunden ( $p \leq .04$ , siehe Abbildung 25). Die Mittelwertdifferenzen schwanken ein wenig deutlicher als bei den Jugendlichen, im Mittel zwischen -0,29 und 0,53 in der Stichprobe, in der Grundgesamtheit liegen die erwarteten Mittelwertdifferenzen in einem Korridor von -0,37 und 0,62 um die Werte für die Helden in der Stichprobe.

Die Bewertungen von Jungen und Mädchen zeigen exakt dieselben Tendenzen wie der Vergleich zwischen Jugendlichen und Helden allgemein. Allerdings ist auch hier wieder zu beobachten, dass die Mädchen die Haltungen zu den Antreibern weniger ausgeprägt haben als die Jungen. Umgekehrt ist es bei „Sei gefällig!“ ( $M_M=2,03$ ,  $SD=0,45$ ;  $M_H=2,05$ ,  $SD=0,49$ ;  $M_{Ju}=2,20$ ,  $SD=0,55$ ;  $M_H=2,35$ ,  $SD=0,66$ ), hier sind die Ausprägungen bei den Mädchen deutlicher als bei den Jungen und die der Jugendlichen deutlicher als bei den Helden.

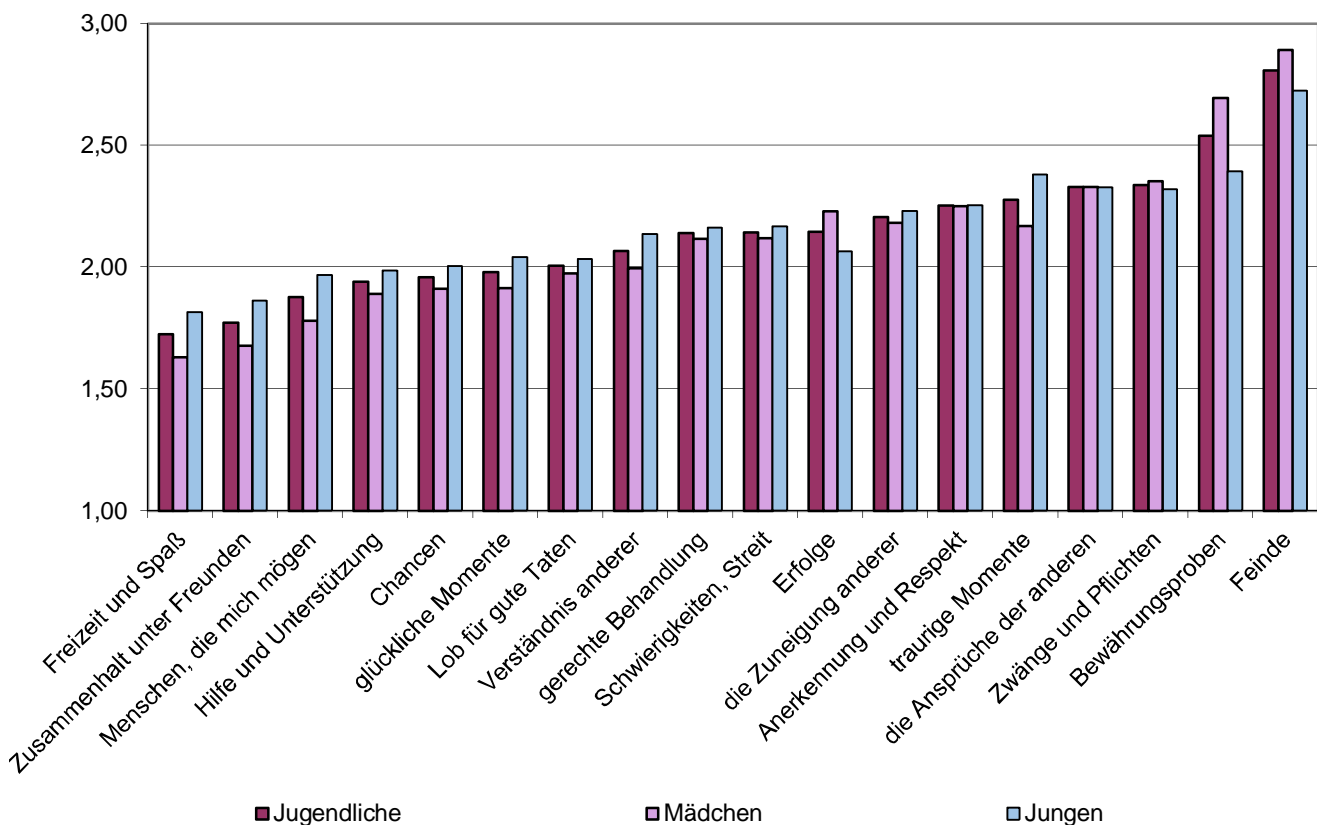
Das entspricht auch den Auskünften aus den Tiefeninterviews, in denen den Mädchen sozial angepasstes Verhalten noch wichtiger war als den Jungen. Den Jungen dagegen ist die Demonstration von Eigenschaften wie etwa Stärke deutlich wichtiger als den Mädchen.

### **6.3.6 *Situationen, die Jugendliche haben wie ihre Helden***

Schließlich sollen noch die Situationen betrachtet werden, die Jugendliche ebenso haben wie ihre Helden und die Herausforderungen für die Jugendlichen, die sich daraus nach Beziehungsbedürfnissen ergeben. Die Beziehungsbedürfnisse werden für diese Betrachtung in drei Cluster zusammengefasst (siehe ausführlich Kapitel „Transaktionsanalytische Theorie“ Abschnitt „Beziehungsbedürfnisse“).

Die Situationen, die Jugendliche genauso haben wie ihre Helden, wurden nicht in Vergleichsbatterien abgefragt, sondern in einer entsprechenden Liste mit den bekannten Ausprägungen (immer – oft – selten – nie). Die Herausforderungen nach Beziehungsbedürfnissen wurden auf Basis dieser Abfrage errechnet.

Abbildung 26: Situationen, die Jugendliche haben wie ihre Helden



Bei der Betrachtung von Situationen, die Jugendliche ebenso haben wie ihre Helden, gibt es viele Analogien. Lediglich „Bewährungsproben“ ( $M_J=2,54$ ,  $SD=0,84$ ;  $M_M=2,70$ ,  $SD=0,83$ ;  $M_{Ju}=2,39$ ,  $SD=0,84$ ) und „Feinde“ ( $M_J=2,81$ ,  $SD=0,91$ ;  $M_M=2,89$ ,  $SD=0,87$ ;  $M_{Ju}=2,73$ ,  $SD=0,93$ ) haben die Jugendlichen offensichtlich deutlich weniger oft als ihre Helden. Dabei ist zu beobachten, dass die Mädchen zuversichtlicher sind als die Jungen, die sich scheinbar etwas mehr unter Druck fühlen. Dagegen scheinen die „traurigen Momente“ ( $M_J=2,28$ ,  $SD=0,81$ ;  $M_M=2,17$ ,  $SD=0,79$ ;  $M_{Ju}=2,38$ ,  $SD=0,82$ ) bei den Jungen weniger präsent zu sein als bei den Mädchen, zudem finden sich die Mädchen etwas weniger erfolgreich als die Jungen ( $M_J=2,15$ ,  $SD=0,76$ ;  $M_M=2,23$ ,  $SD=0,72$ ;  $M_{Ju}=2,07$ ,  $SD=0,78$ ). Diese Unterschiede deuten wieder auf sozialisationsbedingte Abweichungen zwischen den Geschlechtern hin, die Mädchen sind durch die ganze Untersuchung im Schnitt etwas weniger kämpferisch und dafür etwas stärker auf soziale Anpassung ausgerichtet. Die Unterschiede sind aber durchgehend gering und die Tendenzen analog.

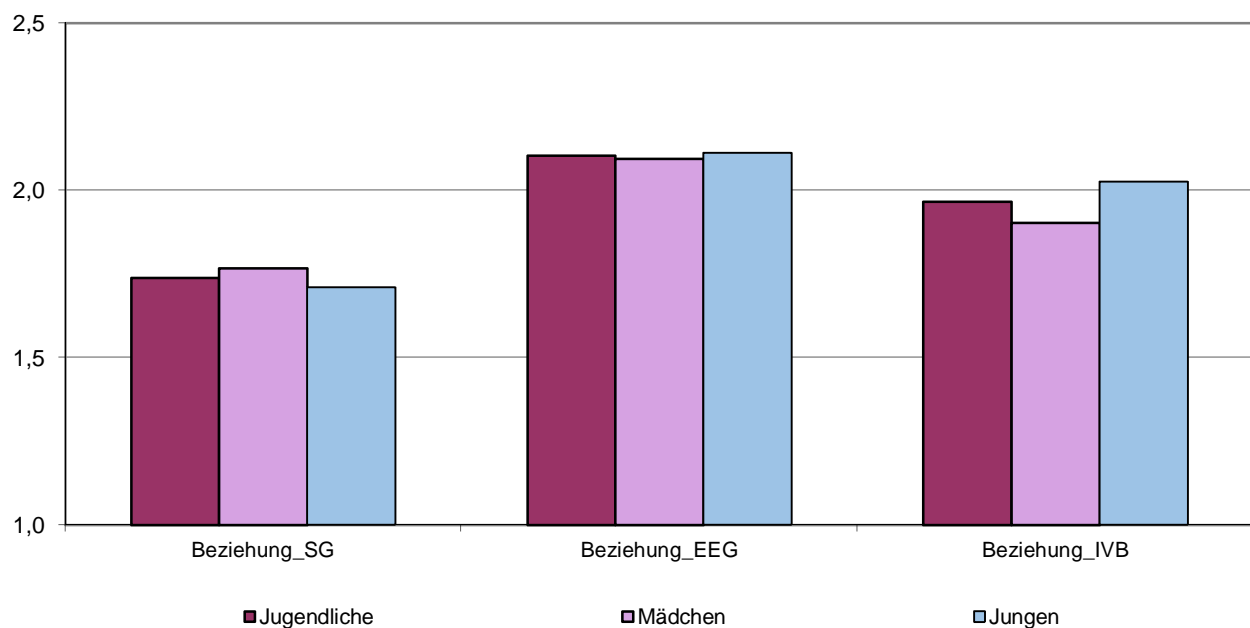
Insgesamt finden die Jugendlichen eine Menge Ähnlichkeiten mit ihren Helden, vor allem positive Dinge. Besonders Freizeit, Spaß und soziale Unterstützung, aber auch Chancen und glückliche Momente scheinen die Jugendlichen ähnlich in ihrem Leben zu haben wie ihre Fernsehhelden. Das überrascht etwas, denn in den Tiefeninterviews haben die Jugendlichen öfter die Unterschiede zwischen ihnen und ihren Helden betont und nicht so deutlich die Gemeinsamkeiten. Zwar waren sie mehrheitlich der Meinung, dass sie es nicht so viel

schwerer haben als ihre Helden (in bestimmten Situationen natürlich schon), aber die Gemeinsamkeiten zeigen sich hier stärker als in den Tiefeninterviews. Insofern war es lohnenswert, noch einmal explizit nach den Gemeinsamkeiten zu fragen (bisher wurden oft besonders die Unterschiede thematisiert), um diese Information zu erhalten.

### 6.3.7 Herausforderungen der Jugendlichen nach Beziehungsbedürfnissen

Beim Blick auf die Herausforderungen, die sich bezüglich der Beziehungsbedürfnisse zu den Clustern „Sicherheit, Grenzen und Schutz“ (SG), „Einmaligkeit, Einflussnahme und etwas geben“ (EEG) und „Initiierung, Vergewisserung und Bestätigung“ (IVB) ergeben, zeigt sich ein sehr homogenes Bild. Es gibt kaum Unterschiede nach Geschlecht, die ohnehin geringen Schwankungen bei den einzelnen Statements nivellieren sich in den Clustern fast vollständig (siehe Abbildung 27).

Abbildung 27: Herausforderungen der Jugendlichen nach Beziehungsbedürfnissen (Cluster)



Durchgehend auf hohem Niveau haben die Jugendlichen dieselben Herausforderungen wie ihre Helden, wenn nach Beziehungsbedürfnissen geclustert wird. Vor allem das Bedürfnis nach „Sicherheit, Schutz und Grenzen“ scheint eine große Herausforderung darzustellen ( $M_J=1,74$ ,  $SD=0,39$ ), sowohl für Jungen als auch für Mädchen. Aber auch „Einmaligkeit, Einflussnahme und etwas zu geben“ ( $M_J=2,10$ ,  $SD=0,54$ ) sowie „Initiierung, Vergewisserung und Bestätigung“ ( $M_J=1,97$ ,  $SD=0,55$ ) sind wichtige Themen im Leben der Jugendlichen. Die Unterschiede nach Geschlecht sind hier so marginal, dass sie vernachlässigt werden können.

Die wichtigsten Herausforderungen bezüglich der Beziehungsbedürfnisse empfinden die Jugendlichen im Hinblick auf „Sicherheit, Schutz und Grenzen“ ( $M_J=1,74$ ,  $SD=0,39$ ). Das ist nicht verwunderlich, da es sich hier um die existenziellsten Bedürfnisse handelt, die naturgemäß besonders wichtig sind. Zudem sind besonders Grenzen in der Pubertät ein wichtiges Entwicklungsthema, das diese Lebensphase entscheidend prägt. In den Tiefeninterviews wurde immer wieder deutlich, wie wichtig für die Jugendlichen soziale Themen sind, genau in diesen Bereich fallen diese Herausforderungen. Schon allein deshalb sind diese Themen für die Jugendlichen besonders bedeutend und stehen für sie an erster Stelle.

Mit deutlichem Abstand folgen die Fragen, wie sie „Initiierung, Vergewisserung und Bestätigung“ erhalten können ( $M_J=1,97$ ,  $SD=0,55$ ) und schließlich wie sie ihre Einmaligkeit ausdrücken sowie Einfluss nehmen und etwas geben können ( $M_J=2,10$ ,  $SD=0,54$ ). Die Reihenfolge passt gut zu den Auskünften aus den Tiefeninterviews, dass die Jugendlichen gerne Herausforderungen gemeinsam mit anderen lösen, noch lieber als alleine. Daher ist offenbar der Input von außen auch wichtiger als die Selbstverwirklichung der Jugendlichen. Erst an dritter Stelle steht die Herausforderung, sich individuell einzubringen und durchzusetzen. In den Tiefeninterviews haben die Jugendlichen oft berichtet, dass es ihnen neben der sozialen Anpassung auch wichtig ist, ihren eigenen Weg zu gehen, das unterstreicht die Bedürfnisse in diesem Bereich.

### **6.3.8 Diskussion anhand der Skripttheorie und der Theorie des sozialen Vergleichs**

Bei der Betrachtung der Persönlichkeitsmerkmale nach der Skripttheorie aus der Transaktionsanalyse verstärkt sich der Eindruck, der schon beim Bezugsrahmen entstanden ist. Das ist nicht verwunderlich, da der Skriptapparat ein Teil des Bezugsrahmens ist (vgl. Schlegel 1995) und die diesbezüglichen Indizes aus Statements zum Bezugsrahmen berechnet werden (vgl. Kapitel „Verortung in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitt „Transaktionsanalytische Theorie“). Dennoch ist die Übereinstimmung teilweise sehr ausgeprägt. Bei den Kompetenzen für die Problemlösungsstile und den Herausforderungen nach Beziehungsbedürfnissen sind die Ergebnisse nahezu gleich, bei den Lebenspositionen und den Einschärfungen sind die Unterschiede gering. Bei den Antreibern und bei den Verhaltensweisen bezüglich Problemlösungsstilen zeigen sich die Unterschiede deutlicher, hier spielen die größeren Möglichkeiten, aber auch der höhere Erwartungsdruck der Helden eine entscheidende Rolle. Noch deutlicher zeigt sich das bei den Persönlichkeitstypen, hier sind die Helden viel dominanter als die Jugendlichen, das spiegelt am eindrucklichsten die Unterschiede in der Einschätzung der Macht zwischen Jugendlichen und Helden wider. Nach der Theorie des sozialen Vergleichs (Festinger 1954) zeigt sich, dass sich die

Jugendlichen vorwiegend aufwärts vergleichen, trotz aller Gemeinsamkeiten mit ihren Fernsehhelden.

Im Hinblick auf den Skriptapparat (Schlegel 1995, Stewart & Joines 2002) legen die Jugendlichen bei ihren Helden offensichtlich dieselben sozialen sowie individuellen Erwartungen zugrunde, gerade Einschärfungen, Antreiber und Lebenspositionen sprechen dafür. Allerdings sind die Helden in der Wahrnehmung der Jugendlichen stärker in der Pflicht, mit Ausnahme der sozialen Anpassung, hier überwiegen ausnahmsweise die Ansprüche an die Jugendlichen. Grundüberzeugungen und psychische Dynamiken, wie sie im Skriptapparat verankert sind, prägen eine Persönlichkeit stärker als rationalere Persönlichkeitszüge, die später im Laufe der Entwicklung verinnerlicht werden. Sie machen die emotionale Grundkonstitution eines Menschen aus und bestimmen seinen Charakter maßgeblich (vgl. Kapitel „Verortung in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitt „Transaktionsanalytische Theorie“). Natürlich sind sie vom Rest des Bezugsrahmens nicht zu trennen, dennoch stechen sie deutlicher hervor als andere Persönlichkeitsmerkmale. Dass sich die Jugendlichen hier so eng an ihren Fernsehhelden orientieren, bestätigt einmal mehr die Hypothese, dass sich die Jugendlichen genau für solche Heldentypen interessieren, die ihnen in wesentlichen Zügen ähneln.

Die Theorie der Transaktionsanalyse als Grundlage für Operationalisierung und Interpretation ermöglicht es sehr gut, diese Zusammenhänge zu messen und aufzuzeigen. Die Verwendung der gewählten Theorien, insbesondere der Transaktionsanalyse, hat sich in dieser Studie sehr gut bewährt und kann für weitere Untersuchungen zu ähnlich gelagerten Themen in Betracht gezogen werden.

#### **6.4 Soziale Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden**

Hier werden schließlich noch die Fragen betrachtet, die primär anhand der Informationen aus den Tiefeninterviews zu beantworten sind, weil das Gesamtbild und der Kontext, in dem die Jugendlichen von ihren Helden erzählen, ausschlaggebend für das Verständnis der Zusammenhänge zwischen den Charakteren der Jugendlichen und ihrer Helden sind. Aus der schriftlichen Befragung lassen sich gut einzelne Eigenschaften ihrer Helden betrachten, die Integration in einen übergreifenden Zusammenhang lässt sich mithilfe der Tiefeninterviews noch besser vornehmen:

(Schwerpunkt Tiefeninterviews und Fragen 26 und 27 im Fragebogen, teilweise auch Fragen 15, 16 und 18 bis 25 im Fragebogen)

- Forschungsfrage 4.1: Welcher Heldentypus und welche persönlichen und sozialen Muster dominieren bei den Helden der Jugendlichen?

- Forschungsfrage 4.2: Was projizieren die Jugendlichen in diese Muster?
- Forschungsfrage 4.3: Wie identifizieren sich die Jugendlichen mit ihren Helden?
- Forschungsfrage 4.4: Was macht einen Helden aus und wovon grenzen sich die Jugendlichen ab?
- Forschungsfrage 4.5: Wie beurteilen die Jugendlichen diese Verhaltensmuster in Bezug auf ihren Alltag? Können Fernsehhelden ein Vorbild sein?
- Forschungsfrage 4.6: Wie beurteilen sie ihre Lieblingshelden als soziales Rollenmodell? Kann man aus Fernsehserien etwas lernen?

Im Folgenden wird häufig aus den Protokollen zu den Tiefeninterviews zitiert. Um hier zwischen Paraphrasen und Originalton unterscheiden zu können, wird folgendes Vorgehen gewählt: Wenn es sich um einfache Zitate aus der sinngemäßen Paraphrasierung handelt, dann werden einfache Anführungszeichen verwendet, wenn es sich um wörtliche Zitate handelt, dann werden doppelte Anführungszeichen benutzt. In den folgenden Abschnitten werden also jeweils erst die Jugendlichen mit vielen Zitaten zu Wort kommen, anschließend werden die Ergebnisse bewertet und mit der entsprechenden Theorie verknüpft.

#### ***6.4.1 Welcher Heldentypus und welche persönlichen und sozialen Muster dominieren bei den Helden der Jugendlichen?***

Betrachtet man das Gesamtbild über alle interviewten Jugendlichen, so ist festzustellen, dass der „Heldentypus“, der den Jugendlichen am meisten zusagt, nicht der klassische Superheld mit übermenschlichen Kräften ist. Es gibt zwar einige Jugendliche, die gerne Superheldengeschichten oder Zeichentrickserien mit Antagonisten dieses Typs sehen, die Mehrheit ist es aber nicht. Und wenn, dann deckt das nur einen Teil ihrer Lieblingsformate ab, viele sehen aber gerne Serien, deren Helden näher an „normalen“ Menschen sind und deren Handlungen näher an der Realität sind. Sie haben „lieber Serien mit realen Personen“, „echten Schauspielern und nicht nur Computerschmarrn“, „Personen, die nicht so rausstehen, also jetzt nicht supertoll sind, sondern eher die Underdogs“. Eine Ausnahme machen hier die mittlerweile sehr beliebten Vampir- und Fantasyserien, hier sind noch übermenschliche Fähigkeiten gefragt.

In der Mehrheit aber sind die bevorzugten Helden der Jugendlichen nicht überdurchschnittlich stark oder schnell, allenfalls punktuell, wenn es notwendig ist, dann gerne noch realistisch ausgeprägt. Sie sind nicht grundsätzlich schnell, sondern ‚je nach Situation, sie sind bei Bedarf schnell‘. Sie sind nicht besonders perfekt, sondern wie „normale“ Menschen. Perfekt sind die Helden der Jugendlichen in der Regel nicht, vielmehr ist es den Jugendlichen wichtig zu betonen, dass niemand perfekt ist und das schon aus folgendem Grund gar

nicht wünschenswert ist: „Perfekt nicht, weil ich find, keiner ist perfekt und jeder hat so seine Macken.“ Die am meisten präferierten Helden der Jugendlichen sind heute keine einsamen Supermenschen mehr, die sich mit Gewalt gegen andere durchsetzen, sondern vor allem sozial vernetzte und selbstbewusste Typen, die nicht zu sehr aus der Rolle fallen.

Die wichtigsten positiven Charakterzüge sind, dass sie anderen helfen, sich auch um die Belange anderer kümmern und sich anstrengen. Sie sind zwar selbstbewusst und gehen primär ihren eigenen Weg, aber nicht, ohne auch auf andere zu achten und sich um andere zu bemühen. Dabei geht es nicht darum, dass sie anderen um jeden Preis gefallen wollen, das ist zwar angenehm, aber nicht zwingend. Sie sollen sich nicht einfach an anderen orientieren oder tun, was andere wollen, übertriebene Anpassung ist nicht das gewünschte Ideal. Vielmehr sollen sie wissen, was sie wollen, sollen ihren eigenen Weg gehen, aber nicht, ohne andere miteinzubeziehen. „Die achten eher so auf sich selber, aber auch auf die anderen, aber sie sind nicht eingebildet, aber sie achten auch nicht nur auf die anderen, das ist halt so im Gleichgewicht.“

Die Jugendlichen mögen zwar starke Charaktere, aber im Sinne von selbstbewusst und belastbar und nicht im Sinne von durchsetzungswillig. Viele bevorzugen weiche, angepasste Typen, das Ideal scheint aber „weich und selbstbewusst“ zu sein, wie es eine Teilnehmerin formuliert hat. „Sie haben ihren eigenen Willen, aber sind nach außen hin weich“, Selbstzweifel werden zwar nur sehr selten gewünscht oder vermutet, haben aber gelegentlich Platz, wenn sie nicht überhand nehmen. Die Helden sollen smart und sozial akzeptiert sein, im Umgang mit anderen weich und dennoch nicht überangepasst oder überheblich. „Also halt dem anderen recht machen schon, aber so angeben oder so halt nicht, oder sagen, ich bin so toll, das nicht.“ Sie sagen anderen nur begrenzt, wo es lang geht bzw. was sie tun sollen, sozial dominante Typen sind weniger beliebt als sozial gut integrierte und beliebte. Nach den Persönlichkeitstypen aus der Transaktionsanalyse dominieren also auch hier die eher „übersicheren“ Typen, allerdings in ihrer defensiven und freundlichen Variante (vgl. Kapitel „Verortung in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitte „Transaktionsanalytische Theorie“, „Persönlichkeitstypen und Problemlösungsstrategien“). Das bestätigt genau die Ergebnisse aus der schriftlichen Befragung, die fast 80 Prozent der Helden als übersicher einschätzen und immerhin nahezu 70 Prozent in der freundlichen und defensiven Variante (vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Persönlichkeitsmerkmale von Jugendlichen und Helden“, „Persönlichkeitstypen und Beziehungsmuster“). Natürlich kann die genaue Verteilung in den Tiefeninterviews nicht geprüft werden, die Tendenzen aber durchaus. Bei dieser Deutlichkeit des Gewichts dürfen die Ergebnisse als konsistent betrachtet werden.



Die Helden werden von den Jugendlichen nur zum Teil als Vorbilder betrachtet, zum Teil aber einfach als „normal“. Manchen Jugendlichen ist es wichtig, dass sie schlau, witzig oder reich sind, öfter wird auch Wert darauf gelegt, dass sie gut aussehen.

Probleme lösen die Helden der Jugendlichen in der ganz überwiegenden Mehrheit zusammen mit anderen. Nur wenn es nicht anders geht, lösen sie die Probleme alleine, ihre soziale Orientierung ist aber ganz klar auf die Gemeinschaft ausgerichtet: „Mit Freunden oder halt zusammen.“ „Einfache Sachen, glaube ich, können sie alleine lösen, aber wenn es halt schon darauf ankommt, dann nehmen sie Hilfe an“. Einsame Wölfe sind offensichtlich komplett aus der Mode. Der ideale Held der Jugendlichen hat viel soziale Unterstützung, viel soziale Anerkennung und stellt die Gemeinschaft zur Not über seine eigenen Interessen. ‚Wenn sie die Wahl haben, ihren eigenen Weg zu gehen oder sich um andere zu bemühen, würden sie Rücksicht nehmen und sich um andere bemühen.‘ Auch dieses Ergebnis passt zu den Ergebnissen der schriftlichen Befragung, wo die Problemlösungskompetenz der Helden zwar alleine sehr hoch eingeschätzt wurde, aber auch sehr hoch in der Gemeinschaft mit anderen (vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Persönlichkeitsmerkmale von Jugendlichen und Helden“, „Problemlösungsmuster bzw. -strategien“).

Es ist nicht erwünscht, dass die Helden der Jugendlichen sich für „etwas Besseres“ halten, das gilt als „arrogant“. Die Jugendlichen gehen zwar davon aus, dass zumindest ein Teil ihrer Helden weiß, wozu er in der Lage ist und ein gesundes Selbstbewusstsein hat. Eine Demonstration dieses Selbstbewusstseins gegenüber anderen gilt aber als „eingebildet“. Im sozialen Vergleich dürfen die Diskrepanzen also nicht zu groß und offensichtlich werden, sonst fühlen sich die Jugendlichen mit ihren Helden nicht mehr wohl. Und die soziale Zugehörigkeit ist sehr wichtig, bevor man die riskiert, wird Anpassung bevorzugt. Also ganz im Sinne der Theorie des sozialen Vergleichs, der genau diese Gruppendynamik voraussagt (Festinger 1954) (siehe Kapitel „Verortung dieser Studie in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitte „Sozialpsychologische Prozesse“, „Sozialer Vergleich“).

Die Jugendlichen haben ganz offensichtlich soziale Kompetenz als wichtigste Qualität identifiziert und definieren danach primär ihren Maßstab. Das ist eine sehr gute Nachricht im Hinblick auf das Lernen am Modell, denn hier liegen Potenziale für eine günstige Entwicklung der eigenen Ideale der Jugendlichen. Eine solche Dynamik birgt die Chance, im Sinne des sozialen Lernens nach der sozial-kognitiven Lerntheorie hemmend auf antisoziale Verhaltensweisen und fördernd auf prosoziale Verhaltensweisen zu wirken (Bandura 2000) (siehe Kapitel „Verortung dieser Studie in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitte „Sozialpsychologische Prozesse“, „Sozial-kognitive Lerntheorie“).

Ausgehend von der Annahme, dass die Eigenschaften der Helden und der Jugendlichen in dieselbe Richtung tendieren, wäre ein solches Heldenbild ein hemmender Faktor für die

Akzeptanz und Ausübung von Gewalt oder sozial schädlichen Verhaltensweisen für die Jugendlichen. Und nach den Ergebnissen der schriftlichen Befragung ist davon auszugehen, auch die Tiefeninterviews haben diese Ergebnisse bestätigt. Selbst wenn eine gewisse Tendenz zu sozial erwünschten Antworten bei der Befragung angenommen wird, waren die Schilderungen der Hintergründe für die Meinungen der Jugendlichen in den Tiefeninterviews zu differenziert und konsistent, um an ihrer Überzeugung grundsätzlich zu zweifeln. Und in der schriftlichen Befragung sprechen erstens komplette Anonymität und zweitens die hohe Zahl der Antworten in kurzer Zeit gegen diese Annahme.

#### **6.4.2 Was projizieren die Jugendlichen in diese Muster?**

Wie im Abschnitt zur Projektion schon dargestellt (siehe Kapitel „Verortung dieser Studie in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitte „Tiefenpsychologische Modelle“, „Projektion und Übertragung“), nehmen die Rezipienten bei der Projektion in oder an einer Person bzw. Situation in den Medien etwas wahr, was sich in ihrem Inneren abspielt oder ihren Wünschen entspricht. Das kann angenehm oder weniger angenehm sein, auf jeden Fall handelt es sich um eine Interpretation der Situation aus den inneren Bedürfnissen der Rezipienten heraus. Für unsere Frage nach den Projektionen der befragten Jugendlichen auf ihre Helden heißt das, es geht um Phantasien der Jugendlichen bezüglich ihrer Helden, die sie sich selbst wünschen und in ihre Helden „hineininterpretieren“. Die dadurch ausgelöste Handlung kann dabei unvollständig bleiben, weil es sich beim Fernsehen um ein wenig interaktives Geschehen handelt. Aber im Gegensatz zur Identifikation, bei der die Jugendlichen von ihren Helden etwas übernehmen (wollen), bringen sie bei der Projektion etwas von sich nach außen (Charlton & Borcsa 1997) (siehe Kapitel „Verortung dieser Studie in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitte „Tiefenpsychologische Modelle“, „Projektion und Übertragung“).

Das ist erheblich schwieriger zu erfragen als die Identifikation und die Ergebnisse sind stärker durch die Interpretation der Forschenden geprägt als im unmittelbar folgenden Abschnitt zur Identifikation. Dennoch lassen sich einige Ansatzpunkte erkennen, an denen die interviewten Jugendlichen auf ihre Helden projizieren (können), zumal die Jugendlichen durch die ausführlichen Tiefeninterviews keine unbekannten Charaktere sind, die ausschließlich nach projektiven Mustern befragt werden. Die Ergebnisse zur Projektion sind dennoch tendenziell mehr als Möglichkeiten für die Jugendlichen zu verstehen, die im gesammelten Material naheliegend erscheinen, denn als gesicherte oder gar bewiesene Erkenntnisse.

Ganz allgemein ist festzustellen, dass ihre Helden für die Jugendlichen in irgendeinem Punkt besonders auffällig sind, meist im positiven Sinne, aber außerhalb des Durchschnitts. So sehr die Jugendlichen auch immer wieder betonen, dass die meisten ihrer Helden „ganz normale Menschen“ sind, so ist gleichzeitig auch klar: „Er muss irgendwas besonders kön-

nen.“ Zum Helden oder zur Heldin wird für die Jugendlichen jemand dadurch, dass in seinem Leben oder an seiner Persönlichkeit etwas anders ist als bei durchschnittlichen Menschen.

Was das ist, ist unterschiedlich je nach Helden und Jugendlichen. Für die einen sind Helden die, die „einen besonderen guten Willen haben, sie müssen wissen, was sie wollen und wie sie anderen helfen, sie müssen eine klare Idee haben.“ Andere sind davon überzeugt, dass es bei ihren Helden „spannend ist und nicht sowas Alltägliches ist, was ich selber erlebe, also wenn es da spannender zugeht.“ „Es ist halt nicht nur die pure Ballerei, sag ich jetzt mal, und es ist halt auch nicht so lahm, dass du davor einschläfst.“

Nicht immer geht es dabei um ausschließlich positive Eigenschaften, das kann auch gemischt sein: „Wenn der irgendwie immer etwas Abgefahrenes macht.“ „Wenn der leicht verrückt ist oder cool.“ „Weil die halt nicht so normal sind und halt immer irgendwas Verrücktes machen.“ „[...] weil die ist ehrlich, und ok, manchmal ist sie auch nicht so nett, aber das macht das halt alles etwas spannender.“ „Normalerweise sind die lustig und normalerweise sind sie seriös und abenteuerlich, mehr als andere.“

In einzelnen Fällen können sogar sozial problematische Handlungen in den Augen der Jugendlichen relativiert werden, wenn die Jugendlichen positive Vorstellungen von ihren Helden dagegenstellen: „[...] der ist zwar der Böse, das mag ich, dass der ziemlich schlau ist und lustig.“ „Der ist ziemlich brutal, aber wenn er was macht, was Böses, ist es halt, um sich zu retten oder andere zu retten. Man kann es halt nicht allen recht machen. Der ist ziemlich brutal, aber mag auch seine Familie ganz gerne. Der macht das vor allem alles für seine Familie und sein Kind.“

Andere Jugendliche sind davon überzeugt, dass ihre Helden besondere Fähigkeiten haben, die sie selbst auch gerne hätten und die ihre Helden gegenüber anderen Menschen auszeichnen. Die Helden sind dann besonders „lustig und schlau“ oder gar „listig“, „total hübsch“ und „total cool“, „er ist halt der, der immer bestraft wird und irgendwie schafft er es dann wieder, sich aus der Situation irgendwie zu befreien und das ist halt lustig.“ Ein Jugendlicher glaubt gar, seine Helden seien tatsächlich perfekt: „Ja, eigentlich schon, also ich habe noch keinen Fehler gesehen.“ Hier handelt es sich allerdings um einen Einzelfall, in der Mehrheit halten Jugendliche Perfektion für unrealistisch.

Charakteristisch an projektiven Zuschreibungen sind ihre Absolutheit und ihr teilweise überhöhter Anspruch. Projektionen sind nicht wie normale Vorlieben, sondern haben tendenziell rigiden Charakter (Auchter & Strauss 1999). Häufig klingen sie übertrieben, sind unrealistisch oder durch Idealisierungen wie „immer“ oder „nie“ gekennzeichnet: „[...] eine ganz Nette, macht alles richtig, hat immer gute Noten“. In der Lieblingsserie einer Jugendlichen „sterben halt relativ viele und da gibt es auch viele Personen, die da halt dran zerbrechen würden. Aber die Hauptfigur in der Serie, die hält das halt alles durch und das finde ich halt

schon krass. Also wenn zum Beispiel jetzt irgendwie zehn Leute oder so sterben, die verkraften das halt alles noch und andere brechen halt schon zusammen, wenn einer stirbt.“

Bei einer Jugendlichen geht die Projektion so weit, dass sie auch eine parasoziale Beziehung zu ihrer Heldin aufbaut und damit in ihrer Phantasie sogar in Konkurrenz zu anderen tritt, die das nach ihrer Meinung auch gerne hätten. Ein Mädchen hätte ihre Heldin ‚gerne als Freundin und glaubt, das hätte jeder gerne, weil sie berühmt ist. Außerdem hat sie eine schöne Stimme, wenn sie singt, und ist lieb‘, „nicht so wie andere“.

Das erinnert sehr an die assimilative Funktion der Projektion (siehe Kapitel „Verortung dieser Studie in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitte „Tiefenpsychologische Modelle“, „Projektion“), bei der vorhandene Strukturen genutzt werden, um mit einer Situation umzugehen, die man bereits kennt. „Dabei wird die aktuelle Situation so umgedeutet, dass die vorhandenen Strukturen und Schemata genutzt werden können, um mit der Situation umzugehen“ (Zimbardo 1992, S. 66).

Wie schon eingangs bemerkt, sind diese „Diagnosen“ Vermutungen oder Schlüsse, die sich in erster Linie aus dem Material der Tiefeninterviews ergeben. Nicht immer muss in diesen Fällen zwangsweise eine Projektion vorliegen, möglicherweise auch einfach nur jugendliche Begeisterung für Fernsehhelden. Auch wenn diese Beispiele nur Absprungpunkte für mögliche projektive Muster darstellen, wird damit anschaulich, wie viele Möglichkeiten für die Jugendlichen sich beim Fernsehen ergeben, mit solchen psychologischen Mechanismen umzugehen. Beim Rückblick auf die hohen Werte für die Situationen, die die Jugendlichen genauso haben wie ihre Helden aus der schriftlichen Befragung (siehe Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitt „Situationen, die Jugendliche haben wie ihre Helden“), können sich auch hier möglicherweise Ansatzpunkte für Möglichkeiten zur Projektion für die Jugendlichen ergeben.

### **6.4.3 *Wie identifizieren sich die Jugendlichen mit ihren Helden?***

Bei der vergleichenden Betrachtung der Einschätzung ihrer Helden und ihrer Selbsteinschätzung hinterlassen die Jugendlichen in den Tiefeninterviews ein ähnliches Bild wie in der schriftlichen Befragung. Sie schätzen sich tendenziell ähnlich ein wie ihre Helden, nur oft moderater. Nur äußerst selten widerspricht sich die Einschätzung in der Qualität, wenn dann sehr punktuell. Es ist also davon auszugehen, dass die Jugendlichen Helden bevorzugen, die eine Menge Identifikationspotenzial für sie bieten. Wird dieses Potenzial genauer hinterfragt, zeichnen sich ganz bestimmte Identifikationsmuster ab, die sich die Jugendlichen wünschen. Dabei geht es immer um positive Identifikationspotenziale, nicht um solche, die anderen Menschen schaden würden. Allenfalls sind ab und an Situationen angesprochen, in denen „gute“ gegen „böse“ Gruppierungen oder Individuen antreten und eine Entscheidung für eine Position – und demnach automatisch gegen die antagonistische – notwendig ist. Das ist

im Grunde das klassische Metier eines Helden, das den Jugendlichen in ihren Fernsehserien oft begegnet. Das extremste Beispiel in dieser Richtung klingt wie ein klassischer Actionfilm: „Ja, wenn jetzt zum Beispiel sich welche streiten oder halt auch prügeln, dass man halt dazwischen geht und die dann zur Not schon weghaut.“

„Streit schlichten, sich wehren können, wenn jemand angegriffen wird“ ist ein wichtiges Thema für die Jugendlichen, das würden viele von ihnen gerne können. In solchen Situationen wären manche von ihnen gerne wie ihre Helden und hätten gerne deren Fähigkeiten und Durchsetzungsvermögen, auch wenn sie „aber nicht so hart“ sein möchten wie ihre Helden. „Das ist halt toll, wenn sie anderen Menschen helfen und so stark sind und gut kämpfen können, das finde ich schon toll.“

Die Position eines starken, aber guten Charakters ist unter den befragten Jugendlichen absolut mehrheitsfähig, wenn sie nicht zu übertrieben ist. Durchsetzungsfähigkeit, eine eigene Linie und eine gewisse Wehrhaftigkeit, die nicht als gewalthaft zu verstehen ist, sind Ideale der Jugendlichen, die sie bei ihren Helden oft suchen und finden und sich gerne auch für sich wünschen würden: „Also manchmal halt, wenn sie ziemlich ehrlich sind, das finde ich schon cool.“

Faszinierend und für sich selbst ebenfalls wünschenswert finden die Jugendlichen die Freiheitsgrade ihrer Helden, da wären sie auch gerne so wie ihre Helden: „Manchmal, aber nicht immer, wenn sie machen, was sie wollen, normalerweise.“ Das ist attraktiv für die Jugendlichen, weil es nicht die Konsequenzen hat, die sie selbst in solchen Situationen befürchten müssten. „Also die machen das und werden dann nicht festgenommen oder sowas oder nicht geschimpft.“ Allerdings ist allen befragten Jugendlichen sehr klar und bewusst, dass sie trotz aller Bereitschaft, in solchen Punkten von ihren Helden zu lernen, nicht dieselben Bedingungen haben wie ihre Helden.

In keinem einzigen Fall gab es Anzeichen, dass die Jugendlichen Fiktion und Realität nicht klar trennen können, wenn sie das reflektieren. Die Jugendlichen wären manchmal gerne so wie ihre Helden und möchten sich auch punktuell ‚etwas abschauen‘ von ihren Helden und sich vielleicht auch ‚an ihnen orientieren‘, aber sie haben kein Problem damit, nicht gänzlich so sein zu können wie ihre Helden. Sie tun nichts Besonderes dafür, so zu sein wie sie. „Nein, finde ich nicht so wichtig oder schlimm, schließlich gibt es andere Sachen, die ich besser kann als die. Jeder hat irgendwas, was er besser kann als ein anderer Mensch.“ „Es ist nicht schlimm, wenn es nicht geht.“

Vielen ist es egal, ob sie so sein können wie ihre Helden. „Wenn es nicht geht, dann geht’s halt nicht.“ Manchen ist es sehr wichtig zu betonen, dass es ihnen nichts ausmacht: „Überhaupt nicht.“ „Weil ich bin ich selbst.“ Manche möchten auch explizit nicht so sein wie ihre Helden, „ich habe schließlich mein eigenes Leben.“ „Ich bin ich selbst und will niemand anderes sein, weil ich so meinen Charakter habe.“ „Ich bin schon anders, ich handle nicht so

schnell.“ Ein Jugendlicher glaubt, ‚er denkt etwas mehr nach‘. Und manche finden es auch ‚ziemlich weit weg‘, „aber insgesamt ist er eben nur so ein Filmheld“. ‚Manchmal wäre es praktisch so zu sein wie die Fernsehhelden, aber unrealistisch.‘

Und doch wären alle Befragten in einzelnen Situationen schon gerne wie ihre Helden und hätten gerne einige ihrer Fähigkeiten. Sie schauen häufig, ob und wann sie etwas von ihren Helden übernehmen können, und sie hätten gerne ihre Souveränität dabei: ‚Wenn man meint, man kann etwas oder weiß etwas besser, aber will nicht angeben.‘ „Weil wir das meistens nicht wissen, wie das ist, wenn wir behaupten, dass wir besser sind, ohne anzugeben. Und das können Helden.“

Die Situationen, in denen sich die Jugendlichen mit ihren Helden identifizieren und ihnen nacheifern, unterscheiden sich zwischen den Jugendlichen, sie sind individuell unterschiedlich. Ein Mädchen beispielsweise findet Bart Simpson besonders gut und möchte so sein wie er ‚beim Streiche spielen‘. Sie spielt in ihrem Leben auch Streiche, ‚aber nicht so gut wie Bart Simpson‘. „Der macht immer so verrückte Sachen und alles eben und bringt sich dann in Gefahr.“ In der Schule versucht das Mädchen selbst lustig zu sein und Streiche zu spielen. Sie würde sich aber für einen Streich nicht in Gefahr bringen oder ein Risiko eingehen. Ein anderes Mädchen ‚hat sich schon lustige Sprüche abgeschaut und bei Freunden zitiert‘. Ein Junge möchte gerne ‚beim Sport‘ so sein wie seine Helden, ein Mädchen ist fasziniert, ‚wenn jemand eine gute Stimme hat‘, „weil ich hasse meine Stimme“. Gutes Aussehen spielt für einige Jugendliche eine Rolle: „Zum Beispiel würde ich auch gern so aussehen.“ Und einem Mädchen ist auch Geld wichtig: „So viel Geld zu haben, wäre schon cool.“

Und schließlich ist es einigen Jugendlichen besonders angenehm, wenn jemand „lieb und nett und höflich“ ist. Dann möchten sie gerne so sein wie ihre Helden, „vielleicht wenn es mal irgendwo nicht so gut läuft, zum Beispiel in der Schule oder mit Freunden oder so, da schon.“ „Zum Beispiel manchmal im Alltag, irgendwann in so Situationen, ja wär ich doch bloß so.“ Und ein Jugendlicher möchte schließlich doch gerne so perfekt wie seine Helden sein, obwohl Perfektion bei den Eigenschaften der Helden und Jugendlichen sehr skeptisch betrachtet wurde: „Ich habe schon mal, dass ich dann perfekt sein will und alles besser mache.“ Die Jugendlichen identifizieren sich also nicht im Ganzen mit ihren Helden, sondern in einzelnen Situationen oder Eigenschaften. Das passt sehr gut zur Interpretation der „Identifikation als Anpassung eigener Handlungsschemata an Vorbilder [...], die von der sozialen Mitwelt bereitgestellt werden.“ (Charlton & Borcsa 1997, S. 257). Die Jugendlichen können mit ihren Helden Handlungs- oder Problemlösungsmuster ohne Konsequenzen erleben und erlernen. Und schließlich können sie selbst diese Handlungsmuster im passenden Moment anwenden oder an die Situation angepasst modifizieren.

Sie erweitern damit ihr Handlungsrepertoire und ihre Möglichkeiten und entwickeln konstruktiv ihre Persönlichkeit und ihre Handlungsoptionen weiter (Wegener 2008). Die Identifi-

kation über das Fernsehen ist damit ein hilfreicher und identitätsbildender Prozess, der den Jugendlichen sehr zugute kommt und wenig Aufwand oder Kosten erfordert. Medienkonsum ist also eine sehr einfache und kostengünstige Möglichkeit, Identitätsbildung zu betreiben und birgt kein hohes Risiko. Die Jugendlichen sind den Gefahren der Verwechslung von Fiktion und Realität in dem befragten Alter weitgehend entwachsen und haben keine Probleme, einzuschätzen, was für sie adaptierbar ist und was nicht. Ein gelungenes Medienangebot für die Jugendlichen kann also ein Beitrag zu einer konstruktiven Identitätsbildung sein und damit zukunftsweisend auch zur Gesellschaftsbildung beitragen.

Bei der Betrachtung der Ergebnisse aus der schriftlichen Befragung zur Frage, wann die Jugendlichen ihren Fernsehhelden gerne ähnlich sein möchten, wollen sie das vor allem „in schwierigen Situationen“ ( $M_J=1,89$ ,  $SD=0,91$ ) und „bei schwierigen Aufgaben“ ( $M_J=1,96$ ,  $SD=0,89$ ), am wenigsten dagegen „zu Hause bei der Familie“ ( $M_J=2,62$ ,  $SD=1,00$ ), „im Umgang mit Lehrern“ ( $M_J=2,65$ ,  $SD=0,98$ ) und „wenn meine Eltern da sind“ ( $M_J=2,75$ ,  $SD=0,96$ ). Auffällige Unterschiede zwischen Mädchen und Jungen zeigen sich hier nicht, nur im Kampf möchten die Jungen öfter so sein wie ihre Helden, im Gegensatz zu den Mädchen ( $M_M=2,84$ ,  $SD=1,03$ ;  $M_J=2,06$ ,  $SD=1,024$ ) (siehe Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitt „Situations, die Jugendliche haben wie ihre Helden“).

#### **6.4.4 Was macht einen Helden aus und wovon grenzen sich die Jugendlichen ab?**

Nun wurde schon viel darüber berichtet, wie die Helden der Jugendlichen sind oder nach deren Vorstellung zumindest sein sollen und mit welchen Verhaltensweisen und Charaktereigenschaften sich die Jugendlichen identifizieren. Das ist eine ganze Menge darüber, was ihre Helden ausmacht, deswegen wird dieser Teil hier kurz ausfallen. Dagegen soll hier klar werden, was die Jugendlichen ablehnen und an ihren Helden kritisieren, denn schließlich gibt es nicht nur Zustimmung, sondern auch um Ablehnung, die Jugendlichen haben durchaus differenzierte Meinungen.

Zusammengefasst wünschen sich die interviewten Jugendlichen Helden, die zwar einen gefestigten und starken Charakter haben und ihren eigenen Weg gehen, aber im sozialen Umgang eher konform sind und auf andere achten. „Ja, also Mitgefühl haben die schon.“ Außergewöhnliche Fähigkeiten sollen ihre Helden aber gleichzeitig auch haben. Und vor allem sollen sie ‚sympathisch‘ sein und eine ‚positive Ausstrahlung‘ haben. Auch witzig oder auf eine bestimmte Art originell sollen sie nach Möglichkeit sein. „Sie müssen Humor haben. Sie müssen sympathisch sein irgendwie und sie müssen halt auch irgendwie Style haben.“ Eine Jugendliche hat es so formuliert: Helden sind vor allem die, „die halt freundlich sind, also so nett und sympathisch; die halt so zickig sind und nicht so nett, die mag ich nicht so.“

Wichtig ist, dass die Helden hilfsbereit sind und sich um andere Menschen kümmern, wenn auch nicht um alle anderen. Natürlich differenzieren die Jugendlichen hier zwischen Gut und Böse, keiner der Jugendlichen erwartet, dass ihre Helden ihren Feinden helfen oder bei allen beliebt sind. „Das kann ganz unterschiedlich sein. Die sind meistens halt recht beliebt oder halt auch nicht, das kommt ganz darauf an. Einen Helden macht aus, dass er viel Leuten hilft und so und nett ist und vielleicht Superkräfte hat.“ „Also Vampir ist doch jetzt auch eine Superkraft.“ Auch „Ehrlichkeit“ finden manche wichtig, allerdings nicht in der Form, in der sie für andere verletzend ist. Ein Mädchen zum Beispiel ‚mag auch Personen, die ehrlich ihre Meinung sagen, aber verträglich für andere.‘ Ist das nicht der Fall, wird es von den Jugendlichen auch nicht positiv bewertet, im Gegenteil eher negativ.

Und genau bei diesen Beispielen beginnt auch die Abgrenzung der Jugendlichen zu ihren Helden oder Fernsehpersonen in ihren Lieblingsserien. Ihre Helden sollen nicht überheblich sein, sondern eher wie normale Menschen, die meisten mögen keine Helden mit Superkräften, die unnatürlich wirken, nur die Minderheit der interviewten Jugendliche findet das gut. „Die Superstarken nicht.“ ‚Er muss jetzt nicht von Tür zu Tür schwingen oder fliegen können, keine magischen Fähigkeiten haben.‘ „Das ist nicht so relevant.“ Eine Ausnahme bilden hier die Helden aus den Vampir- und Fantasyserien, die bei den älteren der befragten Jugendlichen sehr beliebt sind.

Die Jugendlichen mögen auch keine egoistischen Charaktere, oder solche, die besonders von sich eingenommen sind. „Er soll halt nicht immer nur auf sich schauen.“ „Nur weil er jetzt einmal was Gutes gemacht hat, soll er sich nicht so benehmen, als wäre er der tollste und größte Mensch auf der ganzen Welt.“ „Also ob der halt eher so arrogant ist, das mag ich zum Beispiel nicht so gerne, oder halt normal und nett.“

Die „Bösen“ sind bei den Jugendlichen nicht beliebt, es ist zwar gut, wenn es die in den Serien auch gibt, weil das die Handlung spannender macht, aber das sind in der Regel nicht die Helden der Jugendlichen. ‚Starke Charaktere‘ mögen die Jugendlichen zwar gerne, ‚dominante oder aggressive Personen aber nicht so‘. Wenn ein Held „Böses“ tut, dann muss es für Jugendlichen zumindest Gründe dafür geben, die nachvollziehbar sind und ggf. einen positiven Aspekt haben, dann können sie damit auch umgehen.

Die Liste der positiven Eigenschaften für die Fernsehhelden der Jugendlichen ist also deutlich umfangreicher als die Liste der Punkte, die die Jugendlichen an ihren Helden nicht so mögen. Das liegt allerdings in der Natur der Sache, da die Jugendlichen den Heldenbegriff ganz überwiegend positiv besetzt haben. Und es wurde mehr nach den Eigenschaften gefragt, die die Protagonisten zu Helden machen und weniger nach ihren Fehlern. Dennoch zeigt sich hier, dass die Jugendlichen ganz klare moralische Vorstellungen haben, die sie auch auf ihre Helden anwenden. Sie wissen sehr genau, was ihnen gefällt und was nicht und teilen das auch sehr bereitwillig mit. Sie wenden damit ihren Bezugsrahmen genauso auf



ihre Helden an wie auch auf andere Menschen und sich selbst (siehe Kapitel „Verortung dieser Studie in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitte „Transaktionsanalytische Theorie“, „Bezugsrahmen“ und folgende).

Das erklärt auch, warum die Selbsteinschätzungen der Jugendlichen und die ihrer Helden sehr stark korrespondieren. Wenn die Jugendlichen bestimmte stabile Überzeugungen haben und ihre sozialen Beziehungen und ihr Leben danach gestalten, dann gilt das selbstverständlich auch für die Auswahl ihrer Fernsehhelden und ihres bevorzugten Programms im Fernsehen. Natürlich geschieht das im Rahmen der gebotenen Möglichkeiten und ist bestimmten Moden unterworfen. Das ist z.B. an der sinkenden Beliebtheit der meisten Zeichentrickserien im Gegensatz zur derzeit hohen Beliebtheit von Vampir- und Fantasyserien zu merken. Und dennoch ist davon auszugehen, dass die Jugendlichen, wenn sie stabile Werte und Überzeugungen haben, diese auch in ihrem Medienkonsum anwenden und versuchen zu bestätigen (Fromm 2002, S. 63 f. und 74 f.; Bergmann & Hüther 2010). Und um ein starkes Beispiel anzuwenden, ist es damit äußerst unwahrscheinlich, dass sich Jugendliche beispielsweise von Medieninhalten dazu anregen lassen, Gewalt auszuüben oder Amok zu laufen, wenn sie dafür nicht in ihrem Bezugsrahmen oder ihren Grundüberzeugungen vorher eine empfindliche Stelle hatten. Jugendliche Amokläufer sind in der Regel vereinsamte Jugendliche, die mit ihren Problemen allein bleiben oder nur in ihren Problemen Gleichgesinnte als Verbündete haben (vgl. Fromm 2002).

Nun ist es natürlich dennoch nicht wünschenswert, Jugendliche über die Maßen mit Gewalt in den Medien zu konfrontieren, aber vielleicht auch nicht immer zu vermeiden. (Die am meisten belastenden Inhalte in ihrem Fernsehkonsum waren nach den befragten Jugendlichen übrigens die Nachrichten.) Sicher sollten diese Belastungen soweit möglich minimiert werden, denn auch exzessiver Gewaltkonsum in den Medien verändert den Bezugsrahmen (Fromm 2002, S. 74). Eine Möglichkeit darüber hinaus, Medienkompetenz zu fördern und den Jugendlichen zu helfen, mit solchen Belastungen gut umzugehen, liegt aber weniger in der Vermeidung bestimmter Erfahrungen als in der Stärkung der Grundüberzeugungen der Jugendlichen, die sie in die Lage versetzen, mit negativen Einflüssen konstruktiv umzugehen (vgl. Bergmann & Hüther 2010, S. 157). Die Jugendlichen in dieser Studie haben bewiesen, dass sie das Potenzial dazu haben und sehr gut entscheiden können, was sie für wünschenswert und sozial adäquat halten und wo sie ihre persönlichen Grenzen ziehen.

Mit Blick auf die Theorie des sozialen Vergleichs wäre es auch hilfreich, wenn Jugendliche in soziale Gruppen eingebunden sind, die bestimmte soziale Werte vertreten und Gewalt verurteilen. Denn der Anpassungsdruck in der Gruppe führt zu einer Homogenisierung der Meinungen innerhalb einer Gruppe und bindet die Mitglieder an eine Gruppe (Festinger 1954), solange sie konform bleiben (siehe Kapitel „Verortung dieser Studie in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitte „Sozialpsychologische Prozes-

se“, „Sozialer Vergleich“). Nun können sich Eltern die Freunde ihrer pubertierenden Kinder nicht aussuchen, aber sie können das soziale Netzwerk ihrer Kinder beobachten und bei Bedenken ggf. beeinflussen. Und sie vermitteln auch selbst bestimmte Werte und können damit die Bedingungen für das „Lernen am Modell“ (siehe Kapitel „Verortung dieser Studie in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitte „Sozialpsychologische Prozesse“, „Sozial-kognitive Lerntheorie“) ihrer Kinder beeinflussen (vgl. Kunczik 1996, S. 87). Die psychische Konstitution eines Menschen definiert sich über den Kontakt zwischen sich und anderen und innerhalb seiner selbst (Erskine & Moursund 1991, S. 293). Hier besteht der Ansatzpunkt für soziale Einflussnahme. Sozial integrierte Jugendliche, die nicht einer Extremgruppe angehören, haben gute Chancen, in ihrer Meinungs- und Charakterbildung eher gemäßigt und unterstützt als radikalisiert und destabilisiert zu werden (Döbler et al. 1999, S. 27 f.). Denn in der Gemeinschaft werden soziale Normen und Werte, soziale Einstellungen und Positionen sowie akzeptierte Verhaltensweisen verhandelt und definiert (Mikos et al. 2009, S. 9; Barthelmes & Sander 1999, S. 326 f.).

#### **6.4.5 Wie beurteilen die Jugendlichen ihre Helden in Bezug auf ihren Alltag? Können Fernsehhelden ein Vorbild sein?**

Im Hinblick auf die Frage, ob ihre Helden Vorbilder sind, sind die interviewten Jugendlichen unentschieden. Auf die direkte Frage antwortet die Mehrheit negativ, manche sind nicht sicher. „So lala.“ „Manchmal schon, manchmal nicht.“ „Ein bisschen, aber nicht wirklich.“ Für manche spielt es auch eine Rolle, dass die Serien, die sie sehen, fiktionale Angebote sind und nicht ein reales Geschehen widerspiegeln: „Ich glaub nicht wirklich, dass das Vorbilder sind. Schon, sie sehen toll aus und haben teilweise auch ziemlich gute Charaktereigenschaften, aber wirkliche Vorbilder sind sie nicht, weil man weiß ja, dass das nur eine Serie ist.“

Ganz allgemein gefragt sind viele Jugendliche skeptisch, ob sie ihre Helden als Vorbilder betrachten sollen, in einzelnen Situationen sehen viele sie dann doch als Vorbilder. Ihre Helden sind zum Beispiel Vorbilder, wenn sie ‚Tipps geben‘, ‚wenn sie anderen helfen‘, ‚weil die halt immer irgendwas anders machen‘, ‚beliebt und reich‘ sind, ‚weil sie witzig sind‘.

Auf die Frage, welche Typen für sie Vorbilder sein können, kommen ebenfalls ganz unterschiedliche Einschätzungen zutage: „Der Charakter und das Auftreten der Person sind wichtig.“ „Eine Hauptperson, die sich für andere einsetzt oder etwas besonders gut kann, etwa ein Musikinstrument.“ „Jemand, der andere rettet oder jemand, der lustig ist.“ „Ehrlich, freundlich, nicht eingebildet, nicht rachsüchtig.“

Bei den Meinungen zum gemeinsam gesehenen Videomaterial gingen die Meinungen ebenfalls auseinander. Die Zeichentrickserie *Dragon Balls Z* gefällt nur einem Teil der Jugendlichen, etwa die Hälfte findet es zu „kindisch“ oder ‚nicht so schön gezeichnet‘, mögen keine Mangas oder finden die Handlung „unrealistisch“. Dementsprechend finden nur wenige

dort auch einen Helden, der ihnen gefällt, wenn überhaupt, dann sind es meist Jungen. In der Regel gefällt ihnen der starke Held Son Goku, ein erfolgreicher Kämpfer, der sich in dieser Serie immer wieder für die Rettung der Welt oder seiner Freunde und Familie einsetzt, weil er ‚stark und schlau‘ ist. „Es muss halt beides stimmen, weil es gibt auch starke Typen, die einfach strunzdumm sind.“ Einem Jungen gefällt auch Son Gokus Frau, weil sie für ihr Kind gekämpft hat: „Der Vater und die Mutter.“ „Die kämpfen immer für das Gute und ergeben sich nicht, die Mutter hat sich nicht ergeben.“

Von der Daily Soap *Alles was zählt* ist auch nur ein Teil der Jugendlichen angetan, hier sind es in der Mehrheit Mädchen. Manche finden es aber auch zu „ernst“ oder „traurig“, einige finden es „fad“ oder „langweilig“ und manche auch zu problembehaftet: „Es sieht so aus, als wäre der Film nur aus Problemen gemacht.“ Auch für dieses Format gibt es nur einzelne Fans unter den interviewten Jugendlichen, die finden es dann aber „spannend“ und finden dort ihre Helden. Das sind dann in der Regel Jugendliche, mit denen sie sich vergleichen und identifizieren können und mit denen sie intensiv mitfühlen.

Bei der Frage, ob Fernsehserien auch ein Modell für ihr eigenes Leben sein können, ist die Zustimmung etwas höher. Obwohl es einige konsequent ablehnen, sind etwa zwei Drittel der interviewten Jugendlichen der Meinung, dass das möglich ist. Hier sehen die Jugendlichen die Möglichkeit, Verhalten zu beobachten, das wünschenswert ist, manchmal auch solches, das nicht adäquat ist, „eher bei alltagsnahen Situationen“: „Es gibt dann Sachen, da weiß man, die sollte man meiden oder man sollte sich anders benehmen.“ „Zum Beispiel, wenn eine Figur Fehler macht oder sowas, dass man die selber dann nicht auch macht.“ „Ja, keine Ahnung, wenn jetzt aus irgendwelchen Serien einer so gelassen und cool ist, dass man vielleicht im echten Leben auch so gelassen ist und so.“ „Da wo irgendwelche Leute jemandem helfen oder einfach total nett sind oder einfach total gut ankommen.“ „Wenn halt irgendjemand jemandem hilft oder so, da kann man sich einfach was abkucken.“ „Nett sein und Mitgefühl und so.“

Einige lassen sich auch durch ihre Fernsehhelden motivieren, ‚zum Beispiel, dass man so lustige Streiche spielt‘. „Wenn man beispielsweise durch Fähigkeiten der Charaktere motiviert wird, z.B. beim Spielen eines Musikinstruments oder beim Sport. ‚Wenn man denkt‘, „wow, der spielt das Musikinstrument gut, jetzt strenge ich mich mal an, vielleicht werde ich auch so gut.“ Ein Mädchen ‚würde sich schon auch durchkämpfen wie ihre Vorbilder‘.

Mit Bezug auf das „Lernen am Modell“ bei Bandura (1971, 2000) (siehe Kapitel „Verortung dieser Studie in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitte „Sozialpsychologische Prozesse“, „Sozial-kognitive Lerntheorie“) ergibt sich offensichtlich eine Reihe von Möglichkeiten, sich die Fernsehhelden in verschiedenen Situationen als Vorbilder zu nehmen. Die Erfahrungen der Helden ermöglichen den Jugendlichen das Beobachten von Wahrnehmungen und Erfahrungen, die sie nicht selbst machen müssen und

dennoch in ihr Wissens- und Verhaltensrepertoire integrieren können. Und ihre Fernsehhelden sind offensichtlich gut geeignet für das „soziale Prompting“ (Bandura 2000, S. 166 ff.). Hier können die Helden der Jugendlichen als soziale Modelle für sie wirken und sie zu wünschenswertem Verhalten animieren.

#### **6.4.6 *Wie beurteilen sie ihre Helden als soziales Rollenmodell? Kann man aus Fernsehserien etwas lernen?***

Diese Frage knüpft unmittelbar an den vorhergehenden Abschnitt an, indem sie hinterfragt, ob die Jugendlichen aus ihren Fernsehserien und von ihren Fernsehhelden etwas lernen können. Bereits bei der Frage, ob ihre Fernsehhelden Vorbilder sein können, haben die Jugendlichen die Antwort oft daran festgemacht, ob sie sich etwas von ihnen abschauen können. Wie in den vorhergehenden Abschnitten schon deutlich geworden ist, bevorzugen die interviewten Jugendlichen in vielen Fällen Helden, die eher „normal“ und alltagsnah sind und selten sehr künstliche und realitätsfremde Helden. Damit könnten ihre Helden potenziell als soziales Rollenmodell geeignet sein. Allerdings ist die Zustimmung bei den interviewten Jugendlichen sehr viel höher, wenn danach gefragt wird, ob sie aus Serien im Fernsehen etwas lernen können. Davon ist der ganz überwiegende Teil der Jugendlichen überzeugt. Bei den Fernsehhelden ist die Zustimmung deutlich geringer, hier ist nur knapp die Hälfte der Jugendlichen der Meinung, dass sie von ihren Helden etwas lernen kann. Einzelnen Jugendlichen ist es wichtig, zu betonen, dass sie unabhängig von ihren Fernsehhelden über ihr Verhalten entscheiden. Ein Junge meint, dass er ‚im Fernsehen nicht nach Dingen sucht, die er sich anschauen kann‘. Ein anderer erklärt: „Aber ich basiere mein Verhalten jetzt nicht auf Fernsehen.“

Manche Jugendliche meinen mit Lernen aus Fernsehserien allerdings konkrete Anleitungen wie etwa, wenn in Galileo etwas erklärt wird, wenn sie in Dokumentationssendungen Wissen vermittelt bekommen oder wenn im Fernsehen Kochrezepte angeboten werden. Das ist zwar die Minderheit, aber auch diese Auffassung von Lernen durch das Fernsehen ist bei den Jugendlichen vertreten. Für andere Jugendliche ist wiederum die Fiktionalität ihrer Fernsehserien ein Hindernis, um daraus zu lernen. Sie halten die Serien für zu unrealistisch, um daraus zu lernen: „Nein, nicht wirklich, vielleicht bei ein paar Serien, dass man ein bisschen was lernen kann. Aber das meiste ist ja eh einfach nur ‘ne Lüge, also ausgedacht oder eh Unsinn.“ „Ja, aber aus den meisten denke ich nicht, weil es ist gut, dass es einige Sachen nur in Serien so gibt.“ Nicht, „wenn das rein erfunden ist“.

In dieser Untersuchung interessiert allerdings mehr der Typ des Lernens, bei dem die Jugendlichen Verhalten oder soziale und psychische Muster lernen können. Das glauben immerhin zwei Drittel der interviewten Jugendlichen, wenn es um ihre bevorzugten Fernsehserien geht. ‚Ja, man kann schon lernen, was man machen sollte oder nicht.‘ „Eigentlich

schon, aber wer weiß, ob man das so umsetzen kann.“ „Einen Hinweis für das eigene Verhalten können Fernsehserien [...] schon geben. Z.B. kann man in den Dokusoaps oft sehen, welches Verhalten unerwünscht ist, also wie man sich nicht verhalten sollte, z.B. aggressive Jugendliche.“ „Manchmal kann man sich auch abschauen, wie man etwas gut machen kann, z.B. wie man anderen helfen kann oder den Umgang mit anderen Leuten.“ „Wenn Personen im Fernsehen Fehler machen, dann kann man das selbst im Leben vermeiden.“

Wenn es konkret um die Frage geht, ob die Jugendlichen von ihren Helden im Fernsehen etwas lernen können, ist die Skepsis groß. Auf die Frage, was es von den Helden zu lernen gibt, fällt einigen der interviewten Jugendlichen gar kein Beispiel ein, andere sind unsicher, aber nicht überzeugt: „Eigentlich auch nicht, ne.“ „Na ja, jetzt nicht unbedingt.“ „Schon, aber es ist auch irgendwie ein Film und nicht ganz reales Leben, deswegen so fifty fifty.“ „Nein, nicht wirklich.“ „Nee, nicht ganz.“ „Ich glaube eher nicht so, zum Beispiel aus so Zeichentrickserien eher weniger.“

Ganz offensichtlich eifert niemand unter den interviewten Jugendlichen einem Fernsehhelden undifferenziert nach, ohne auf die jeweilige Situation und den Kontext zu achten. Wenn überhaupt, dann sind nur punktuell Lernmöglichkeiten geboten, die es auch zu überprüfen gilt: „Kommt auf die Situation an.“ „Man kann sich daran orientieren, aber man muss nicht alles umsetzen, was man dort sieht.“ „Vielleicht aber halt jetzt nicht so, dass man denkt, also das ist mein Vorbild und das, was der macht, ist gut.“ „In so einem Film, finde ich, sieht man immer die negative Seite von einer Person, weil sonst passiert ja nie was, wenn man immer die positive sieht.“ „Ja, vielleicht wie man mit anderen Menschen umgeht, vielleicht wenn man in einer Beziehung steht, beziehungsweise, dass man nicht nur auf sich selbst achtet und sowas.“ „Ja, sein Verhalten halt.“

In wenigen Situationen scheint die Fernsehsituation so passend zu sein, dass sie tatsächlich als Modell für das eigene Leben dienen kann, z.B. bei der Übernahme der Streiche in der Schule, wenn gezeigt wird, wie man Sachen wiederfinden kann oder wenn die fiktive Situation wirklich mit einer realen Situation aus dem Leben übereinstimmt: Ein Mädchen hatte einmal mit ihrer Freundin einen Streit, der fast genauso war wie einer aus einer Serie. „Da könnte die Lösung „einigermaßen“ Modell für das eigene Leben sein.“

Die Jugendlichen realisieren also sehr klar, dass sie zwar Verhalten und soziale Zusammenhänge, wie etwa, was sozial erwünscht ist und was nicht, in ihren Serien und an ihren Fernsehhelden beobachten können, dass sie das Gesehene aber verändern müssen, wenn sie es in ihr Leben adaptieren wollen. Hier ist eine Menge kognitiver Arbeit notwendig, um das Geschehene zu verstehen, zu bewerten und für eigene Zwecke brauchbar zu machen.

Das erinnert an das sog. „abstrakte Modelllernen“ in der sozial-kognitiven Lerntheorie (Bandura 2000, S. 161). An den Reaktionen der interviewten Jugendlichen kann beobachtet werden, wie die Regeln für das adaptierte Verhalten abstrahiert und für spätere Entschei-

dungen nützlich gemacht werden. Damit werden Maßstäbe für Handeln gelernt und an vergleichbare Situationen im eigenen Leben angepasst. So lernen die Jugendlichen die kognitiven Skills, die über eine konkrete Lernsituation in ihren Fernsehserien hinaus bedeutsam sind und wie diese für zukünftige Situationen verwendet werden können (siehe Kapitel „Verortung dieser Studie in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitte „Sozialpsychologische Prozesse“, „Sozial-kognitive Lerntheorie“).

Die Jugendlichen werden so auch durch ihre Medien-Umwelt geformt und lernen durch Beobachtung ihrer Fernsehhelden und der Situationen in den Fernsehserien, mit denen sie sich auseinandersetzen. Sie lernen soz. am sozialen Modell in den Medien und verinnerlichen dabei bestimmte Fähigkeiten, unabhängig davon, ob, wie und wann sie diese ausführen. Nicht jedes aus den Medien gelernte Verhalten muss sofort ausgeführt werden, dies kann auch zeitverzögert oder gar nicht passieren (Bandura 1971). Sicherlich spielen darüber hinaus weitere Umweltfaktoren eine Rolle, wenn es darum geht, ob ein solches Potenzial wirklich umgesetzt wird oder nicht. Die Situation im Leben der Jugendlichen muss dafür passend sein und ihre Werte und ihre soziale Umgebung müssen das begünstigen. Unter diesen Umständen können Fernsehserien und Fernsehhelden durchaus dazu beitragen, dass Jugendliche aus den Medien für das Leben lernen.

#### ***6.4.7 Diskussion anhand der sozial- und tiefenpsychologischen Modelle***

Die sozial- und tiefenpsychologischen Modelle sind sehr hilfreich, um die Potenziale der Fernsehserien für die Identitätsbildung der Jugendlichen aus den Protokollen der Tiefeninterviews herauszuarbeiten. Wie sich gezeigt hat, bieten die Fernsehserien und Fernsehhelden für die Jugendlichen eine Menge Identifikations- und Projektionsmöglichkeiten sowie viele Beispiele für soziales Lernen.

Die Fernsehhelden als Rollenvorbilder der Jugendlichen werden punktuell von den Jugendlichen durchaus für soziales Lernen am Modell genutzt, wie es die sozial-kognitive Lerntheorie vorsieht (Bandura 1971, 2000). Die Jugendlichen beobachten das Verhalten der Protagonisten in den Fernsehserien auf Situationen und Verhaltensmuster hin, wie sie auch in ihrem Alltag vorkommen und nützlich gemacht werden können. Gerade soziales Verhalten oder Problemlösungen überprüfen sie auf Tauglichkeit für ihr Sozialleben und adaptieren sie – soweit möglich – in ihr eigenes Verhaltensrepertoire. Im Sinne des sozialen Vergleichs (Festinger 1954) eifern sie ihren Helden nach, wenn diese besondere Fähigkeiten oder besonderen Eifer an den Tag legen und versuchen sich selbst dahingehend zu motivieren und zu verbessern. Damit bestätigt sich auch wiederum die Theorie des sozialen Vergleichs, die besagt, dass ein Aufwärtsvergleich dazu anregt, sich zu verbessern und an das höhere Niveau anzupassen (siehe Kapitel „Verortung dieser Studie in der kommunikationswissen-

schaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitte „Sozialpsychologische Prozesse“, „Sozialer Vergleich“).

Auch parasoziale Interaktionen und Beziehungen (Horton & Wohl 1956) wurden von den Jugendlichen verschiedentlich berichtet, allerdings stehen soziales Lernen und soziale Orientierung im Vordergrund. Zu den Fernsehhelden, die die Jugendlichen aber regelmäßig und in einer gewissen Häufigkeit sehen, pflegen die Jugendlichen eine Art von parasozialer Beziehung, auch wenn sie das selbst nicht so nennen würden. Sie freuen sich auf diese Fernsehhelden, hätten sie gerne als Freunde, erzählen, dass sie sie schon länger kennen und mögen und sauer sind, wenn sie sie nicht sehen können. Sie erzählen über ihre Handlungen und bewerten sie, als wären es Freunde und nicht fiktive Figuren, obwohl sie sich dessen sehr bewusst sind. Sie setzen sich damit aktiv zu diesen Fernsehfiguren in Beziehung und bewerten diese.

Die betrachteten Identifikations- und Projektionsprozesse gehen über die sozialpsychologischen Mechanismen noch hinaus, sie werden von den Jugendlichen stärker zur persönlichen Entwicklung verwendet. Die Jugendlichen identifizieren sich mit bestimmten Verhaltensweisen oder Betrachtungsweisen ihrer Fernsehhelden und machen sie zu ihren eigenen. Auch projizieren sie ihre eigenen Wünsche oder Bewertungen gelegentlich auf Verhaltensweisen ihrer Fernsehhelden und bestätigen sich damit ihre Einschätzungen oder Wertvorstellungen (vgl. Wegener 2008). Allerdings passiert das immer nur punktuell, sofern es wirklich passend erscheint. Die Jugendlichen laufen zu keiner Zeit Gefahr, sich komplett mit einer Person und ihren Handlungen zu identifizieren oder unplausible Projektionen vorzunehmen. Sie sind sich der Trennung zwischen sich und ihren Fernsehhelden bewusst und können generell gut trennen zwischen sich und anderen Persönlichkeiten. All diese Mechanismen werden zur positiven Identitätsentwicklung, zur persönlichen Motivation und zur Simulation von persönlichen Entwicklungsperspektiven genutzt. Es waren in keinem Fall unrealistische oder unerreichbare Phantasien zu beobachten, die auf ungesunde Identifikation oder Projektion hingedeutet hätten.

Die sozial- und tiefenpsychologischen Modelle haben sich damit in dieser Untersuchung als äußerst tauglich und belastbar erwiesen, um die gestellten Fragestellungen zu analysieren und zu beantworten. Besonders für die Interpretation der Protokolle der Tiefeninterviews sind diese Modelle aufgrund ihrer Alltagsnähe gut geeignet und haben die Theorie der Transaktionsanalyse gut ergänzt. Eine explizite Operationalisierung in der schriftlichen Befragung wurde allerdings ausschließlich mit den Modellen der Transaktionsanalyse vorgenommen, eine entsprechende Umsetzung aller anderen verwendeten Modelle hätte den Rahmen hätte den Rahmen dieser Studie gesprengt.

## **7. Zusammenfassung**

Am Anfang dieser Studie stand die Frage, wie Jugendliche ihre persönlichen Helden auswählen und wahrnehmen, insbesondere inwiefern dabei ihre eigenen psychologischen Prägungen und Prädispositionen eine Rolle spielen oder nicht. Natürlich ist die Wahl der Fernsehlieblinge der Jugendlichen auch vom Angebot geprägt, die Jugendlichen können schließlich keine Helden wählen, die sie gar nicht sehen können. Allerdings ist das Angebot bei der heutigen Programmvielalt durchaus umfangreich und von unterschiedlichen Formen und Charakteren geprägt, sodass eine gewisse Wahlfreiheit vorausgesetzt werden kann, auch wenn die Helden des Kinder- und Jugendprogramms gewissen Stereotypen folgen mögen (Götz 2013).

Die wesentliche Frage, ob Jugendliche eher Helden wählen, die ihnen ähnlich sind und ihre Werte und Normen verkörpern oder nicht, lässt sich anhand des erhobenen Materials sehr gut untersuchen und hat umfangreiche und vielfältige Ergebnisse erbracht. Im Folgenden werden die wesentlichen Teile der Ergebnisdokumentation kurz zusammengefasst.

Anschließend werden die im Rahmen dieser Studie verwendeten Theorien und Modelle auf ihre Tauglichkeit für das hier gewählte Untersuchungsinteresse und das zugehörige Untersuchungsdesign diskutiert. Schließlich folgen die Erläuterung einiger Kritikpunkte an dieser Studie sowie ein Ausblick auf weitere Forschungsfelder in Anknüpfung an diese Untersuchung.

### **7.1 Darstellung der zentralen Untersuchungsergebnisse**

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Hypothesen der Studie über weite Strecken bestätigt wurden, obwohl es im Einzelnen durchaus abweichende Befunde gibt. Bei näherer Betrachtung passen diese meist dennoch gut ins Gesamtbild, weil sie häufig Statements betreffen, die sich auf soziale Aspekte beziehen, die den Jugendlichen besonders wichtig sind im Sinne von angepasstem und konfliktarmem Verhalten. Das sehen sie für ihre Helden nicht so eng, diese dürfen sich ruhig etwas von der Mehrheit abheben. Ganz grundsätzlich wünschen sie sich aber auch von ihren Helden keine antisozialen Verhaltensweisen, zumindest nicht besonders ausgeprägt. Im qualitativen Teil bestätigen sich die Ergebnisse aus der schriftlichen Befragung weitgehend. Darüber hinaus schärfen die Ergebnisse aus den Tiefeninterviews die Erkenntnisse aus der schriftlichen Befragung und geben tieferen Einblick, wie diese zu verstehen sind.

Der zentrale Teil der Untersuchung dreht sich um die Wahrnehmung der Jugendlichen von sich selbst und ihrer Helden im Vergleich (vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitt „Wahrnehmung der Jugendlichen von sich und ihren Helden im Vergleich“). Im ersten



Teil dieser Auswertungen geht es vor allem um die Vergleiche, die in den Fragenbatterien der schriftlichen Befragung abgebildet sind und sich um Stärken, Eigenschaften, Verhalten, Erlebnisse und Gedanken der Jugendlichen drehen. Die entsprechenden Forschungsfragen und Hypothesen dazu sind pro Batterie folgende:

- Forschungsfrage: Welche Stärken, Eigenschaften, Erlebnisse, Gedanken, welches Verhalten suchen die Jugendlichen bei ihren Helden und welche(s) haben sie selbst im Vergleich?
  - Hypothese 1: Die Einschätzungen für Helden und Jugendliche sind analog, wenn auch unterschiedlich ausgeprägt. Je stärker die Jugendlichen bestimmte Merkmale selbst zeigen, desto stärker suchen sie diese auch bei ihren Helden.
  - Hypothese 2: Die Ausprägungen der Werte für die Helden sind häufig höher als bei den Jugendlichen selbst.

### ***Stärken der Jugendlichen und Helden im Vergleich***

Bei den Stärken werden die Hypothesen nur zum Teil bestätigt. Zwischen den Stärken der Helden und der Jugendlichen gibt es durchgehend signifikante Zusammenhänge und sie korrelieren schwach positiv miteinander. Immerhin 12 der 14 abgefragten Stärken unterscheiden sich signifikant, allerdings oft nur gering. In der Mehrheit der Stärken sehen die Jugendlichen die Ausprägung stärker bei ihren Helden als bei sich selbst, am größten sind die Abstände bei den Stärken bei „schwierige Situationen meistern“, „andere für sich begeistern“ und „Grenzen überwinden“. Es gibt aber auch Einschätzungen der Jugendlichen, bei denen sie sich ihren Fernsehhelden überlegen fühlen, auch wenn man es nicht erwarten würde. Bei den Bewertungen der Stärken von Mädchen und Jungen bezüglich ihrer Helden und sich selbst gibt es signifikante Unterschiede. Mädchen schätzen sich häufig schwächer ein als die Jungen, halten sich aber für hilfsbereiter als die Jungen. Die Mädchen setzen voll auf soziale Tugenden, bei sich und ihren Helden. Die Jungen vertrauen sich selbst und halten sich für stark und intelligent. Sie gehen auch in Konkurrenz zu anderen und suchen das auch bei ihren Helden. Zwischen den unterschiedlichen Schultypen zeigen sich kaum Unterschiede, wenn überhaupt, dann zeigen Hauptschüler etwas weniger Selbstbewusstsein als Realschüler und Gymnasiasten. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Wahrnehmung der Jugendlichen von sich und ihren Helden im Vergleich“, „Stärken der Helden und Jugendlichen“.)

### ***Eigenschaften der Jugendlichen und Helden im Vergleich***

Im Hinblick auf die Eigenschaften von Jugendlichen und Helden im Vergleich zeigen sich die erwarteten Zusammenhänge noch deutlicher als bei den Stärken. Lediglich bei den so-

zialen Eigenschaften „sind nett und freundlich“, „haben Freunde, mit denen sie über alles reden können“ und „werden nicht ungerecht behandelt“ trauen sich die Jugendlichen ebenso viel oder auch mehr zu als ihren Helden. Alle Eigenschaften unterscheiden sich signifikant zwischen Jugendlichen und Helden, teilweise sogar deutlich. Die Mädchen legen wiederum mehr Wert auf soziale Tugenden als die Jungen, auch wenn das beide Geschlechter wichtig finden. Konkurrierendes Sozialverhalten lehnen die Mädchen dagegen stärker ab als die Jungen und sie schätzen sich selbst und ihre Helden weniger stark ein als die Jungen. Zwischen Schülerinnen und Schülern unterschiedlicher Schultypen gibt es wenige signifikante Unterschiede, die gering ausgeprägt sind. Ähnlich stellt es sich bei der Einschätzung ihrer Helden dar, in der Regel schätzen Hauptschüler ihre Helden etwas stärker ein als die Schülerinnen und Schülern von Realschule und Gymnasium. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Wahrnehmung der Jugendlichen von sich und ihren Helden im Vergleich“, „Eigenschaften der Helden und Jugendlichen“.)

### ***Verhalten der Jugendlichen und Helden im Vergleich***

Die Korrelationen bei den Verhaltensitems fallen deutlicher aus als bei den Stärken und Eigenschaften, gleichzeitig gibt es hier auch deutliche Differenzen zwischen den Werten für Helden und für Jugendliche. Nur für das Statement „tun was andere wollen“ ist der Unterschied nicht signifikant. Beispiele für deutliche Unterschiede sind Items wie „kämpfe mit meinen Gegnern“, „haue auf den Tisch“, „mache meine Feinde fertig“ und „schlage zu“. Die Jugendlichen lehnen diese für sich selbst klar ab, für ihre Helden etwas weniger. Die Jungen akzeptieren konkurrierende Verhaltensweisen auch beim Verhalten etwas mehr als die Mädchen und wünschen sich das auch bei ihren Fernsehhelden mehr. Dennoch ist auch den Jungen prosoziales Verhalten wichtig. Die Frage nach geschlechtsbezogenen Unterschieden kann mit Ja beantwortet werden, für die Mädchen ist kooperatives Verhalten wichtiger als für die Jungen, sowohl für sich als auch für ihre Helden. Die Unterschiede nach Schultypen sind gering. Wenig ausgeprägt akzeptieren Hauptschüler eher Gewalt und gehen seltener den Mittelweg als Realschüler und vor allem Gymnasiasten, außerdem halten sie sich seltener für schlauer als andere. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Wahrnehmung der Jugendlichen von sich und ihren Helden im Vergleich“, „Verhalten der Helden und Jugendlichen“.)

### ***Erlebnisse der Jugendlichen und Helden im Vergleich***

Auch die Werte für die Erlebnisse korrelieren durchgehend schwach positiv, die Ausprägungen sind durchgehend signifikant unterschiedlich und das teilweise sehr deutlich. Das ist zu beobachten bei Statements wie „bin der strahlende Sieger“, „habe viele böse Feinde“, „decke Gemeinheiten auf“, „werde von anderen verfolgt“ und „stehe vor großen Aufgaben“. Hier fällt deutlicher als bisher ins Gewicht, dass Helden andere Möglichkeiten haben als die

Jugendlichen. Selbst wenn sich die Jugendlichen ganz normale Typen als Helden wünschen, haben ihre Helden doch besondere Fähigkeiten und andere Bedingungen. Oft haben die Jugendlichen in den Interviews auch betont, dass sie nicht dieselben Herausforderungen wie ihre Helden erleben, auch das spiegelt sich hier wider. Die Bewertungen nach Geschlecht unterscheiden sich wieder, obwohl beim direkten Vergleich zwischen Mädchen und Jungen nur wenige Unterschiede signifikant und die Unterschiede gering sind. Die Mädchen erleben weniger Auseinandersetzungen als die Jungen. Auch die Helden der Mädchen haben schwierige Erlebnisse seltener als die der Jungen. Die Bewertungen der Jugendlichen nach Schultypen sind dagegen wieder ähnlich, Differenzen sind kaum vorhanden. Auch die Einschätzung der Helden ist über die drei Schultypen ähnlich, die Differenzen nur geringfügig. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Wahrnehmung der Jugendlichen von sich und ihren Helden im Vergleich“, „Erlebnisse der Helden und Jugendlichen“.)

### ***Gedanken der Jugendlichen und Helden im Vergleich***

Die Gedanken über sich selbst, die anderen und das Leben scheinen bei Jugendlichen und Helden sehr ähnlich, sowohl Tendenzen als auch Höhe der Bewertungen sind analog und die Differenzen in der Ausprägung meist gering. Die Fragenpaare zeigen durchgehend einen signifikanten schwach positiven Zusammenhang, immerhin 11 von 16 Statements zu den Gedanken unterscheiden sich in der Ausprägung signifikant, allerdings oftmals geringfügig. Alltagsferne und wenig realistische Statements wurden von den Jugendlichen auch entsprechend bewertet. Das bestätigt das Bedürfnis nach Normalität, das die Jugendlichen in den Tiefeninterviews bezüglich ihrer Helden immer wieder geäußert haben und das sie auch für ihr eigenes Leben für angemessen halten. Mit Blick auf die Unterschiede zwischen den Geschlechtern sind die Mädchen etwas kritischer im Hinblick auf ihre Leistung und lehnen konkurrierende Statements deutlicher ab als die Jungen. Die Mädchen fühlen sich zudem etwas besser sozial integriert, die Differenz ist allerdings klein. Die Schülerinnen und Schüler aus den verschiedenen Schularten empfinden ganz offensichtlich ähnlich und wünschen sich auch dieselben Helden im Fernsehen. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Wahrnehmung der Jugendlichen von sich und ihren Helden im Vergleich“, „Gedanken der Helden und Jugendlichen“.)

### ***Heldentypen und Typen von Jugendlichen im Vergleich***

Die Heldentypen, die sich aus den Daten extrahieren lassen, korrespondieren sehr stark mit denen der Jugendlichen. In entsprechenden Faktorenanalysen ergeben sich häufig dieselben Typen, auf die auch dieselben Variablen laden, die Ausprägungen variieren oft nur graduell. Nur in wenigen Fällen ergeben sich tatsächlich andere Typen für die Jugendlichen, vor allem bei den Eigenschaften und Erlebnissen. Hier schlagen sich vor allem die unterschiedlichen Möglichkeiten von Helden und Jugendlichen nieder. Was die Jugendlichen an

Stärke oder Durchsetzungsfähigkeit nicht leisten können, kompensieren sie durch soziale Anpassung oder Weitsicht. Nur in wenigen Fällen scheint das nicht möglich. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Wahrnehmung der Jugendlichen von sich und ihren Helden im Vergleich“, „Heldentypen“.)

Im zweiten Teil der Vergleichsauswertungen zu den Persönlichkeitseigenschaften von Jugendlichen und ihren Fernsehhelden wurden Indizes zu Persönlichkeitseigenschaften nach der Transaktionsanalyse ausgewertet. Sie basieren auf den Fragenbatterien, die oben bereits erläutert wurden und fokussieren auf ganz bestimmte Aspekte, die nach den entsprechenden Modellen der Transaktionsanalyse operationalisiert wurden. Hinterfragt werden wieder die Muster von Jugendlichen und Helden im Vergleich. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitt „Persönlichkeitsmerkmale von Jugendlichen und Helden“.)

### ***Persönlichkeitstypen und Beziehungsmuster***

Die Jugendlichen haben im Rahmen der Tiefeninterviews immer wieder darauf hingewiesen, wie wichtig ihnen prosoziales Verhalten bei sich und ihren Helden ist, bei dem man sich um andere kümmert und ‚nett und freundlich‘ ist. Diese Meinung zeigt sich ganz deutlich auch bei der Bewertung der Jugendlichen im Hinblick auf ihre eigenen Persönlichkeitstypen und Beziehungsmuster und die ihrer Helden. Das ist ganz im Sinne der eingangs angestellten Fragen und Hypothesen. Vergleicht man Mädchen und Jungen, so tendieren die Mädchen deutlicher zu den unsicheren Persönlichkeitstypen als die Jungen, sowohl bei sich selbst als auch bei den Helden. Und innerhalb der Persönlichkeitstypen bevorzugen die Mädchen im Vergleich zu den Jungen stärker die defensive Variante. Auch in den Tiefeninterviews wurde deutlich, dass die Mädchen die soziale Anpassung deutlicher herausstellen als die Jungen, allerdings nur graduell, die Tendenzen sind bei Mädchen und Jungen analog. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Persönlichkeitsmerkmale von Jugendlichen und Helden“, „Persönlichkeitstypen und Beziehungsmuster“.)

### ***Problemlösungsmuster der Jugendlichen und Helden im Vergleich***

Bei den Problemlösungsmustern gibt es zwischen Jugendlichen und Helden kaum Unterschiede in der Ausprägung. Offensichtlich schätzen die Jugendlichen ihre Bedingungen ähnlich ein wie die ihrer Helden. Vergleicht man Mädchen und Jungen, zeigen sich kaum Unterschiede. Wenn es um die eigenen Problemlösungsmuster geht, trauen sich die Jungen offensichtlich etwas mehr zu als die Mädchen, der Unterschied ist aber gering. Ansonsten zeigen sich keine großen Differenzen zwischen Mädchen und Jungen, weder in der Befragung noch in den Tiefeninterviews.

Betrachtet man nicht die Stärken und Voraussetzungen, sondern die Verhaltenstendenzen der Jugendlichen und ihrer Helden im Hinblick auf Problemlösungsstrategien, zeigt sich ein etwas anderes Bild. Bei den Helden gibt es eine leichte Verschiebung zu einem Problemlösungsstil zusammen mit anderen, bei den Jugendlichen eine stärkere. Ein deutlicher Unterschied zwischen Helden und Jugendlichen zeigt sich bei den Verhaltensweisen zu einem selbstbezogenen Problemlösungsstil, hier gehen die Werte deutlich auseinander. Eventuell spielen die unterschiedlichen Möglichkeiten zwischen Helden und Jugendlichen eine Rolle, auch wenn die Jugendlichen möglichst „normale“ und wenig „Superhelden“ bevorzugen. Die Jugendlichen schätzen aber ihre Helden stärker und mächtiger ein als sich selbst, in den Tiefeninterviews bestätigen sie, dass Helden bestimmte Dinge besonders gut können und andere Möglichkeiten haben als die Jugendlichen. Bei der Betrachtung nach Geschlecht fällt auf, dass die Mädchen den selbstbezogenen Problemlösungsstil nicht schätzen und ihn auch nicht bei ihren Helden suchen. Sie wünschen sich in der Mehrheit angepasste und sozial auf Kooperation angelegte Verhaltensweisen, sowohl für sich selbst als auch für ihre Fernsehhelden. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Persönlichkeitsmerkmale von Jugendlichen und Helden“, „Problemlösungsmuster bzw. -strategien“.)

### ***Lebenspositionen der Jugendlichen und Helden im Vergleich***

Von den Lebenspositionen ist bei Jugendlichen wie bei Helden die Position „Ich bin ok – die anderen sind ok“ am stärksten vertreten, die der normalen Position im Alltag entspricht. Das spricht für die Jugendlichen, sowohl im Hinblick auf sich selbst als auch bei der Wahl ihrer Helden. Die Positionen, in denen die Jugendlichen selbst ok sind, werden stärker besetzt als diejenigen, bei denen sie es nicht sind. Das sehen die Jugendlichen so für sich selbst und ihre Fernsehhelden. Auch in den Tiefeninterviews ist die Position „Ich bin ok – die anderen sind ok“ vorherrschend und zwar sowohl bei den Jugendlichen als auch bei ihren Helden. Manchmal schreiben die Jugendlichen ihren Helden auch die Position „Ich bin ok – die anderen sind nicht ok“ zu, sich selbst nur vereinzelt, wenn sie andere nicht mögen. Vereinzelt und nur für bestimmte Helden denken die Jugendlichen, dass ihre Helden sich nicht ok fühlen und glauben, andere Menschen seien ihnen überlegen. Die Sinnlosigkeitsposition ist keine Option für die Jugendlichen, weder für sich noch für ihre Fernsehhelden. Betrachtet man die Lebenspositionen nach Geschlecht, so schätzen sich die Mädchen etwas weniger positiv ein als die Jungen, ebenso ihre Helden. In den Tiefeninterviews gibt es kaum Unterschiede, evtl. antworten die Mädchen etwas differenzierter und denken mehr über soziale Themen nach. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Persönlichkeitsmerkmale von Jugendlichen und Helden“, „Lebenspositionen“.)

### ***Einschärfungen der Jugendlichen und Helden im Vergleich***

Bei den Einschärfungen bestätigt sich die Hypothese mit geringen Abweichungen in den Wertausprägungen zwischen Jugendlichen und Helden. Alle Fragenpaare zeigen einen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Selbstbild der Jugendlichen und der Wahrnehmung ihrer Helden. Die verglichenen Statements korrelieren jeweils positiv und hochsignifikant. Bei den Einschätzungen zu den Clustern „Bin ich in Ordnung, wie ich bin?“ und „Darf ich mit anderen in Kontakt gehen?“ zeigen sich geringe Abweichungen, bei den Clustern „Darf ich durch mein Handeln Bedeutung erlangen?“ und „Darf ich bestimmte Eigenschaften (Stärken) haben?“ dagegen kaum. Zwischen den Geschlechtern zeigen sich nur geringe Unterschiede, die Mädchen sind ein wenig entspannter mit sich und ihren Helden als die Jungen. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Persönlichkeitsmerkmale von Jugendlichen und Helden“, „Einschärfungen“.)

### ***Antreiber der Jugendlichen und Helden im Vergleich***

Bei den Antreibern gibt es fast durchgehend spürbare Unterschiede zwischen Jugendlichen und Helden. Bei allen Antreibern außer „Sei gefällig!“ sind die Werte bei den Helden entsprechend deutlicher ausgeprägt. „Sei gefällig!“ ist dagegen bei den Jugendlichen ein wenig stärker ausgeprägt. Die Jugendlichen fordern von sich selbst mindestens genauso viel soziale Anpassung wie von ihren Helden, die Differenz ist allerdings gering. Insgesamt sind die Ausprägungen moderat, sie lassen auf geringes Antreiberverhalten bei den Jugendlichen schließen, die Werte für die Helden sind nur wenig höher. In den Tiefeninterviews haben die Jugendlichen berichtet, dass ihnen Antreiberverhalten bei ihren Helden nicht wichtig ist, besonders Stärke und Perfektion halten sie für überflüssig oder unrealistisch. Die Bewertungen von Jungen und Mädchen zeigen dieselben Tendenzen wie der Vergleich zwischen Jugendlichen und Helden allgemein, Mädchen haben die Antreiber etwas geringer als die Jungen. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Persönlichkeitsmerkmale von Jugendlichen und Helden“, „Antreiber“.)

### ***Beziehungsbedürfnisse der Jugendlichen und Helden im Vergleich***

Betrachtet man die Herausforderungen, die sich bezüglich der Beziehungsbedürfnisse zu den Clustern „Sicherheit, Grenzen und Schutz“ (SG), „Einmaligkeit, Einflussnahme und etwas geben“ (EEG) und „Initiierung, Vergewisserung und Bestätigung“ (IVB) ergeben, erhält man ein sehr homogenes Bild. Die Jugendlichen haben durchgehend dieselben Herausforderungen wie ihre Helden. Besonders das Bedürfnis nach „Sicherheit, Schutz und Grenzen“ scheint eine Herausforderung darzustellen, sowohl für Jungen als auch für Mädchen. Auch „Einmaligkeit, Einflussnahme und das Bedürfnis, etwas zu geben“ sowie „Initiierung, Vergewisserung und Bestätigung“ sind wichtige Themen im Leben der Jugendlichen. Die Unterschiede nach Geschlecht können vernachlässigt werden. (Vgl. Kapitel „Untersuchungser-

gebnisse“, Abschnitte „Persönlichkeitsmerkmale von Jugendlichen und Helden“, „Herausforderungen nach Beziehungsbedürfnissen“.)

In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse mit dem qualitativen Schwerpunkt zusammengefasst. Sie können nur verkürzt erläutert werden, Details finden sich im Ergebnisteil. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitt „Soziale Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden“.)

### ***Heldentypus***

Die Jugendlichen schätzen „normale Typen“, wie sie selbst es sind, nicht den klassischen Superhelden mit übermenschlichen Kräften. Es gibt zwar einige Jugendliche, die gerne Superheldengeschichten oder Zeichentrickserien mit starken Helden sehen, das ist aber die Minderheit. Die meisten sehen gerne Serien mit ganz normalen Menschen, deren Handlungen realistisch wirken. Sie sehen „lieber Serien mit realen Personen“ und mit „echten Schauspielern“, mit Ausnahme von Vampir- und Fantasyserien, die bei den älteren Jugendlichen unter den Befragten sehr beliebt sind. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Soziale Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden“, „Welcher Heldentypus und welche persönlichen und sozialen Muster dominieren bei den Helden der Jugendlichen?“.)

### ***Projektion auf die Helden***

Held oder Heldin wird für die Jugendlichen jemand dadurch, dass in seinem Leben oder an seiner Persönlichkeit etwas anders ist als bei durchschnittlichen Menschen. Was, das unterscheidet sich je nach Held. Für die einen sind Helden die, die einen starken Willen haben und wissen, was sie wollen. Für andere sind es Typen, die anderen helfen und sich für andere einsetzen. Spannender und ungewöhnlicher als bei den Jugendlichen soll es im Leben der Helden sein, aber nicht völlig fremd. Viele Jugendliche wollen auch lustige Helden oder solche, die Abenteuer erleben oder einzelne Ausnahmefähigkeiten haben. Hier finden die Jugendlichen dann Projektionsflächen, in die sie ein ungewöhnliches oder besonders gutes oder spannendes Dasein hineininterpretieren. Allerdings sind alle Projektionen immer nur Möglichkeiten, die die Jugendlichen nach ihrem persönlichen Geschmack nutzen können oder auch nicht. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Soziale Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden“, „Was projizieren die Jugendlichen in diese Muster?“.)

### ***Identifikation mit den Helden***

Die Jugendlichen schätzen sich tendenziell ähnlich ein wie ihre Helden, nur weniger ausgeprägt. Nur selten widerspricht sich die Einschätzung in der Qualität, wenn, dann sehr gezielt. Die Jugendlichen suchen also Helden, die eine Menge Identifikationspotenzial für sie

bieten. Bei den befragten Jugendlichen geht es immer um positive Identifikationspotenziale, nicht um solche, die anderen Menschen schaden würden. Es gibt Situationen, in denen „gute“ gegen „böse“ Gruppierungen oder Individuen antreten und eine Entscheidung für eine Position fällt, aber immer mit einer triftigen Begründung. Konflikte lösen, sich und andere verteidigen und sich durchsetzen, möchten die Jugendlichen gerne können. Damit beschäftigen sie sich und suchen Vorbilder bzw. Modelle für solche Situationen. In solchen Situationen wären manche Jugendliche gerne wie ihre Helden und hätten gerne deren Fähigkeiten und Durchsetzungsvermögen. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Soziale Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden“, „Wie identifizieren sich die Jugendlichen mit ihren Helden?“.)

### ***Was macht einen Helden aus? Wovon grenzen sich die Jugendlichen ab?***

Die Jugendlichen bevorzugen Helden, die zwar einen gefestigten und starken Charakter haben und ihren eigenen Weg gehen, aber im Umgang mit anderen weich und sozial sind und auf andere achten. Ausgeprägte Fähigkeiten sollen ihre Helden haben, sie sollen sympathisch sein und Charisma haben. Auch witzige oder auf eine bestimmte Art originelle Helden kommen gut an. Freundliche, nette und sympathische Helden sind deutlich beliebter als schwierige Charaktere oder solche, die sich mit Gewalt durchsetzen.

Von antisozialen Verhaltensweisen oder Gewalt ohne moralische Legitimation grenzen sich die Jugendlichen deutlich ab, solche Helden mögen sie nicht. Auch überhebliche oder arrogante Typen finden sie nicht attraktiv, sie mögen Helden, die positiv auffallen, aber nicht eingebildet sind. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Soziale Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden“, „Was macht einen Helden aus und wovon grenzen sich die Jugendlichen ab?“.)

### ***Helden als Vorbilder***

Die Jugendlichen sind skeptisch, ob ihre Helden als Vorbilder taugen, in einzelnen Situationen werden sie dann doch als Vorbilder betrachtet. Ihre Helden sind zum Beispiel Vorbilder, wenn sie Ratschläge geben oder anderen helfen, wenn sie besonders originell oder witzig sind. Fragt man die Jugendlichen, welche Typen für sie Vorbilder sind, dann sind besonders Charakter und Umgangsweise mit anderen wichtig. Hilfsbereite und sozial engagierte Helden, die besondere Begabungen haben, nehmen sich die Jugendlichen am liebsten zum Vorbild. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Soziale Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden“, „Wie beurteilen die Jugendlichen ihre Helden in Bezug auf ihren Alltag? Können Fernsehhelden ein Vorbild sein?“.)

### ***Kann man von Fernsehhelden etwas lernen?***

Bereits bei der Frage, ob ihre Fernsehhelden Vorbilder sein können, haben die Jugendlichen die Antwort oft daran festgemacht, ob sie von ihnen etwas lernen können. Wie bereits



deutlich geworden ist, bevorzugen die interviewten Jugendlichen Helden, die normal und alltagsnah sind. Damit können ihre Helden potenziell als soziales Rollenmodell geeignet sein. Dennoch sind die Jugendlichen in diesem Punkt skeptisch. Die Zustimmung ist sehr viel höher, wenn man danach fragt, ob die Jugendlichen aus Serien im Fernsehen etwas lernen können. Das bestätigen sie häufiger, allerdings sehen sie das Lernpotenzial immer nur sehr punktuell. Den Jugendlichen ist außerdem wichtig, dass sie unabhängig von ihren Fernsehhelden über ihr Verhalten entscheiden und sich ihr Verhalten nicht aus dem Fernsehen abschauen. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Soziale Mechanismen der Jugendlichen in Bezug auf ihre Helden“, „Wie beurteilen sie ihre Helden als soziales Rollenmodell? Kann man aus Fernsehserien etwas lernen?“.)

## ***7.2 Diskussion der Theorien und Modelle im Rahmen dieser Studie***

Im Rahmen dieser Studie wird eine Reihe von Theorien und Modellen verwendet, die unterschiedliche Funktionen haben. Warum sie alle notwendig sind und ob sie für ihren jeweiligen Zweck geeignet sind, wird hier zusammenfassend aufgezeigt.

Im ersten Schritt wurde das Modell der TV-Formatforschung eingeführt, um die verschiedenen Aspekte der komplexen und vielfältigen Fragestellung zu strukturieren. Mithilfe dieses Modells ließ sich aufzeigen und ordnen, welche Aspekte in welcher Reihenfolge betrachtet werden und wie sie zusammenhängen. Dafür wäre nicht zwangsweise ein eigenes Modell notwendig gewesen, allerdings hätte ohne dieses strukturierende Element ein geordneter Überblick über die einzelnen Theoriebausteine und die darauf aufbauenden Untersuchungsetappen gefehlt. Es ist schwer vorstellbar, einen Leser durch diese Abfolge an Theorien, Modelle und Untersuchungsergebnisse zu geleiten, ohne eine inhaltliche Hilfestellung zu geben, wie Zusammenhänge und Zielsetzung zu verstehen sind. (Vgl. Kapitel „Verortung in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitt „TV-Formatforschung: Einflussfaktoren und der Grad ihrer Bewusstheit“.)

Im nächsten Schritt wurde der Uses & Gratifications-Ansatz genutzt, um die deskriptiven Teile der Untersuchung zu Fernsehgewohnheiten und Fernseherlebnissen darzustellen und den Blick auf die Rezipienten näher zu erläutern. Damit konnte aufgezeigt werden, warum die Jugendlichen gerne fernsehen und welchen Nutzen und welche Funktion das Fernsehen für die Jugendlichen hat. U&G bildet mit seiner Rezipientenperspektive und dem grundlegenden Motivkatalog für die Mediennutzung (Aelker 2008a; Schramm & Hasebrink 2004) zudem eine gute Basis für die Erläuterung der weitergehenden Analyseschritte, auch wenn sie für den Zweck dieser Untersuchung mit tiefergehenden theoretischen Grundlagen unterlegt werden müssen. Auf dieser Grundlage konnten die weiteren Untersuchungsschritte lo-

gisch aufeinander aufbauend angegangen werden. (Vgl. Kapitel „Verortung in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitt „Uses & Gratifications“.)

Für die Interpretation der sozialen Mechanismen der Jugendlichen im Hinblick auf ihre Helden waren besonders die sozialpsychologischen Modelle zur Interpretation hilfreich und notwendig. Nur mit ihrer Anwendung lassen sich soziale Lern- und Orientierungsprozesse (Bandura 2000; Krämer 2008) und parasoziale Interaktionen (Horton & Wohl 1956) adäquat analysieren, die bei der jugendlichen Identitätsbildung eine wichtige Rolle spielen. Darüber hinaus waren für die in diesem Zuge häufig stattfindenden Identifikations- und Projektionsmuster (Charlton & Borcsa 1997, Wegener 2008) die tiefenpsychologischen Modelle von zentraler Bedeutung. Sie ermöglichten es aufzuzeigen, wie die Jugendlichen mit Vorbildern und Lieblingspersonen als Identifikationsfiguren im Fernsehen umgehen, was sie von ihnen übernehmen und lernen können. Für die jugendliche Identitätsbildung sind das wesentliche Mechanismen, die im Zusammenhang mit den Fernsehhelden der Jugendlichen anschauliche Ergebnisse liefern konnten. (Vgl. Kapitel „Verortung in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitte „Sozialpsychologische Prozesse“, „Tiefenpsychologische Mechanismen“.)

Schließlich wurde mit einem umfangreichen Ausschnitt an Modellen aus der Transaktionsanalyse gearbeitet, die vor allem für die Veranschaulichung der innerpsychischen Prozesse der Jugendlichen bei der Wahrnehmung und Rezeption ihrer Fernsehhelden eine Rolle spielen. Sie haben den Hauptertrag aus dieser Untersuchung theoretisch fundiert und einer Erhebung überhaupt erst zugänglich gemacht. (Vgl. Kapitel „Verortung in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitt „Transaktionsanalytische Theorie“.) Ohne die Transaktionsanalyse wäre diese Studie nicht in dieser Form möglich gewesen, sie stellt den wichtigsten Teil der Theorielandschaft für diese Untersuchung dar. Möglicherweise hätte man mit einer Verengung des Fokus und einer weniger ganzheitlichen Sichtweise auf die kommunikationswissenschaftlichen Forschungsaspekte ausschließlich mit der Transaktionsanalyse arbeiten und auf die anderen Modelle verzichten können. Allerdings wäre dann auch ein Teil der Erkenntnisse, die genau Kommunikationswissenschaft und Psychologie miteinander in einer Studie vereinen sollen, nicht im Rahmen dieser Studie möglich gewesen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass jedes der angewandten Modelle seinen Zweck im Rahmen dieser Studie sehr gut erfüllt hat und zum Gesamtkonstrukt einen wesentlichen Beitrag geleistet hat. Ein Verzicht auf einzelne Modelle hätte auch einen Verzicht auf einen Teil der Ergebnisse oder eine Einschränkung an Klarheit und Perspektiven zur Folge gehabt, die das Gesamtergebnis geschmälert hätten.

### 7.3 Kritik

So wie jedes Vorhaben aus forschungspragmatischen Gründen in bestimmten Grenzen angelegt werden muss, ist auch diese Studie einigen methodischen Beschränkungen unterworfen. Diese Beschränkungen geben auch die Grenzen für die Repräsentativität dieser Untersuchung vor und wirken sich auf die statistischen Auswertungsmöglichkeiten aus.

Bei der Auswahl der teilnehmenden Schulen und den Schülerinnen und Schülern, die an den Interviews teilgenommen haben, wurde nur in München und Umland rekrutiert, eine bundesweite Rekrutierung war nicht möglich. Allein die Tatsache, dass jedes Bundesland ein eigenes Kultusministerium hat, dessen Einwilligung man jeweils hätte erwirken müssen, war ein wesentliches Hindernis. Es war ein Erfolg, dass es gelungen ist, das bayerische Kultusministerium zu überzeugen und es hat dem Vorhaben sehr geholfen, die schriftliche Befragung über die Schulen durchzuführen. Andernfalls wären nicht die Teilnehmerzahlen und Rückläufe möglich gewesen, die auf diesem Wege erreicht werden konnten. Repräsentativ für die deutschen Jugendlichen oder auch nur alle bayerischen, ist die Stichprobe aber nicht (Brosius et al. 2012; Bortz & Döring 2006). (Vgl. Kapitel „Methodologie dieser Studie“, Abschnitte „Schriftliche Befragung“, „Stichprobe, Skalierung und Fragetechnik“.)

Ein weiterer Kritikpunkt an der Auswahl der Stichproben könnte sein, dass die Teilnehmer an den Tiefeninterviews nicht aus der Stichprobe der schriftlichen Befragung entnommen wurden (vgl. Kapitel „Methodologie dieser Studie“, Abschnitte „Tiefeninterviews“, „Zielsetzung und Durchführung“). Da die Genehmigung des Kultusministeriums aber für die einmalige Befragung gegeben wurde und zwischen der schriftlichen Befragung und den Tiefeninterviews ein zeitlicher Abstand vorlag, war dies nicht möglich. Der zeitliche Abstand wurde notwendig durch das Konzept, dass die schriftliche Befragung erst ausgewertet und tiefer analysiert wurde, um den Gesprächsleitfaden für die Tiefeninterviews möglichst optimal darauf abstimmen zu können. Daher wurden für die Tiefeninterviews Schülerinnen und Schüler derselben Altersgruppe und aus derselben Region nach einem Quotenverfahren rekrutiert (Meyen et al. 2011), das Alter, Geschlecht, Wohnort und Schultyp berücksichtigte und an die Stichprobe der schriftlichen Befragung angepasst war. Außerdem war die Stichprobe für die Tiefeninterviews so ausgelegt, dass die Jugendlichen oder ihre Eltern sich nicht gegenseitig alle kannten, nicht mehrheitlich dieselben Hobbys hatten oder aus demselben Umfeld kamen. Im Nachgang wurden die beiden Stichproben in den wesentlichen Faktoren miteinander abgeglichen und auf ihre Kompatibilität geprüft (vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Deskriptive Ergebnisse und Stichprobenvalidierung“, „Fazit zur Validierung des Untersuchungsdesigns“).

Bei der Wahl der Skala für die schriftliche Befragung wurde eine 4-stufige Skala ohne Mittelkategorie gewählt, um die Entscheidung für die Befragten möglichst einfach und intuitiv

zu halten, zumal eine hohe Taktung an Antworten erwünscht war. Damit entfällt die Möglichkeit, eine neutrale Antwort zu geben, weil die entsprechende Mittelkategorie nicht vorhanden ist. Im Hinblick auf die statistischen Auswertungsmöglichkeiten ist das ein Nachteil, weil man die Berechnung von einigen statistischen Verfahren hier in Zweifel ziehen kann. Mit Mittelkategorie wären die Abstände zwischen den einzelnen Ausprägungen leichter skalierbar (Andreß et al. 1997; Bortz & Schuster 2010), allerdings wurde das Vorgehen hier bewusst so gewählt. Im Rahmen dieser Studie wurden für diese Skala (quasi-)intervallskalierte Daten angenommen, damit gehört das arithmetische Mittel zu den zulässigen statistischen Maßzahlen (Andreß et al. 1997; Backhaus et al. 2006). Die Mittelwerte der jeweiligen Fragenpaare wurden mit einem T-Test bei gepaarten Stichproben überprüft. Der T-Test gilt als robust gegenüber der Verletzung seiner Voraussetzungen (Bortz & Schuster 2010) und wurde ebenfalls ganz gewusst eingesetzt sowie Varianzanalysen für die Überprüfung der Einflüsse der Schulbildung. Darüber hinaus wurden Faktorenanalysen zur Bestimmung der Heldentypen eingesetzt. Diese Vorgehensweise kann man kritisieren, strengen statistischen Vorgaben genügt sie möglicherweise nicht. (Vgl. Kapitel „Methodologie dieser Studie“, Abschnitte „Schriftliche Befragung“, „Stichprobe, Skalierung und Fragetechnik“.)

Im Rahmen der Triangulation wurden in dieser Studie quantitative und qualitative Methoden kombiniert und nacheinander zum Einsatz gebracht (Flick 2005 und 2008). Sie wurden im Sinne von Ergänzung, gegenseitiger Validierung und stärker ausgeprägter Erklärungstiefe miteinander verschränkt. Im Design dieser Untersuchung waren das die möglichen und sinnvollen Kombinationsvarianten. Weitergehende Szenarien wie etwa Datentriangulation, Mixed Methodologies (Tashakkori/Teddlie 2003a und b) oder eine wechselseitige Methodenprüfung (Kelle 2007). wurden im Rahmen dieser Untersuchung nicht verfolgt, da sie in diesem Zusammenhang nicht zielführend sind. Dennoch könnte man hier sehr viel weitergehende Ansprüche stellen als die hier angewandten. Allerdings muss man sich dann die Frage nach dem möglichen Ertrag stellen, ein konkreter Nutzen dieser Strategien konnte im Untersuchungsdesign dieser Studie nicht gefunden werden. (Vgl. Kapitel „Methodologie dieser Studie“, Abschnitt „Triangulation“.)

Auch im Hinblick auf den wissenschaftstheoretischen Hintergrund kann man an dieser Studie Kritik üben, Vertreter der handlungstheoretischen oder konstruktivistischen Medienforschung werden dem Untersuchungsdesign dieser Studie sicher etwas entgegensetzen haben. Die gewählte Fragestellung vor dem Hintergrund des kritischen Rationalismus anzugehen und auch mit quantifizierender Methodik zu bearbeiten, dürfte bei den genannten Schulen auf Widerstand stoßen (Krotz 2005a; Scholl 2002). In der handlungstheoretischen Medienforschung wurde zu ähnlichen Fragestellungen bereits viel geforscht, aber in der Regel mittels qualitativer Methoden und hauptsächlich anhand von Einzelfallanalysen (vgl. Kapitel „Jugendliche, Medienhelden und Medien im Alltag“, Abschnitt „Forschung zum Thema

Jugendliche und Medienhelden“). Und das aus Überzeugung. Diese Studie soll einen Beleg dafür darstellen, dass solche Fragestellungen bei entsprechender Operationalisierung auch mit einem Szenario angegangen werden können, das ein Stück weit Quantifizierung und Verallgemeinerung erlaubt. Das heißt nicht, dass der handlungstheoretische Blick mittels qualitativer Methoden und Einzelfallanalysen nicht adäquat ist, sondern lediglich, dass er durch ein quantitatives, kritisch rationalistisches Szenario gut ergänzt werden kann. (Vgl. Kapitel „Methodologie dieser Studie“, Abschnitt „Auswahl der Methoden für diese Studie“.)

Schließlich wurde im Rahmen dieser Studie nur auf das Medium Fernsehen fokussiert, und zwar in seiner klassischen technischen Form. Es wurde zwar danach gefragt, ob die Jugendlichen Fernsehen auch über das Internet rezipieren, das wurde aber nur vereinzelt bejaht und dann im Sinne von Nachholen von versäumten Sendungen. Möglichkeiten wie Streaming, gezieltes Suchen nach speziellen Inhalten oder Zielgruppenformaten und ähnliche Rezeptionsweisen, die heute zur Verfügung stehen, wurden bei der jungen Zielgruppe nicht berücksichtigt, da sie für die befragten Jugendlichen offensichtlich keine große Rolle spielten. (Vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Deskriptive Ergebnisse und Stichprobenvalidierung“, „Fernsehgewohnheiten und Fernseherlebnisse“.) Auch Angebote wie Videokanäle – beispielsweise you tube – wurden nur am Rande gestreift. Diese könnten aber die Selektion und Wahrnehmung von Fernsehhelden eventuell beeinflussen und verändern. Die technischen Möglichkeiten überholen hier mitunter die Geschwindigkeit von komplexen empirischen Untersuchungen. Eine Untersuchung solcher Einflussfaktoren konnte im Rahmen dieser Studie nicht geleistet werden und bleibt weiterer Forschung zu diesem Themenbereich vorbehalten.

## **7.4 Ausblick**

Im Rahmen dieser Studie hat sich gezeigt, dass es ganz offensichtlich einen Zusammenhang zwischen den Charaktereigenschaften der Jugendlichen und der Auswahl und Wahrnehmung ihrer Fernsehhelden gibt. Diese Erkenntnis wurde mit einem theoretisch und methodisch sehr spezifischen Vorgehen erarbeitet, das in der Kommunikationswissenschaft so noch nicht erprobt war. Dabei wurde sowohl quantitativ als auch qualitativ gearbeitet. Wie oben diskutiert, wurden solche Fragestellungen in der bisherigen Forschung schon oft qualitativ untersucht (beispielsweise in der handlungstheoretischen Medienforschung oder in der Medienaneignungsforschung), quantitativ eher weniger (vgl. Kapitel „Jugendliche, Medienhelden und Medien im Alltag“, Abschnitt „Forschung zum Thema Jugendliche und Medienhelden“). Daher war diese Studie ein erster Schritt dazu, Fragestellungen dieser Art auch quantifizierend zu untersuchen, um Repräsentativität und Verallgemeinerbarkeit der Ergebnisse zu steigern. Dafür müssen auch das methodische und theoretische Instrumentarium entsprechend angepasst und erweitert werden. Bisher gibt es in der Kommunikationswissen-

schaft wenig theoretische Ansätze, die die menschliche Psyche als Ganzes in den Blick nehmen und vor diesem Hintergrund untersuchen. Daher wurde für diese Studie mit der Transaktionsanalyse ein fachfremder Ansatz gewählt, der das leisten kann. (Vgl. Kapitel „Verortung in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitt „Transaktionsanalytische Theorie“.) Die Möglichkeiten einer solchen Integration (Christoph-Lemke 2006) konnten im Rahmen einer Studie aber längst nicht ausgeschöpft werden. Hier könnten in weiteren Studien die weiteren Einsatzmöglichkeiten einer solchen Theorie im Fach geprüft werden, um der kommunikationswissenschaftlichen Forschung größere theoretische und empirische Reichweite zu verschaffen.

Speziell das Konzept des Bezugsrahmens aus der Transaktionsanalyse ist universell verwendbar und gut in verschiedene Fragestellungen integrierbar (vgl. Kapitel „Verortung in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitte „Transaktionsanalytische Theorie“, „Bezugsrahmen“). Natürlich könnten auch andere Ausschnitte aus einem Bezugsrahmen für eine Untersuchung verwendet werden als die hier gewählten, je nach Untersuchungsinteresse wären die Inhalte hier entsprechend zu definieren und zu operationalisieren. Auch einzelne psychologische Merkmale könnten nach der transaktionsanalytischen Theorie im Zusammenhang mit der Rezeption von Medien näher untersucht werden, beispielsweise Antreiber oder Lebenspositionen (vgl. Kapitel „Verortung in der kommunikationswissenschaftlichen Forschungslandschaft“, Abschnitte „Transaktionsanalytische Theorie“, „Lebenspositionen und Grundüberzeugungen“, „Einschärfungen und Antreiber“).

Darüber hinaus können Fragestellungen zur Wahrnehmung und Aneignung von Medieninhalten auch mit anderen Theorien und Modellen untersucht werden und dennoch an die Erträge dieser Studie anknüpfen. Hier bieten die inhaltlichen Ergebnisse der Studie Ausgangspunkte für weitere Forschungen zum Zusammenhang zwischen persönlichen Prägungen und Prädispositionen der Rezipienten mit der Auswahl und Wahrnehmung ihrer Fernsehpersonen und -angebote. Der Zusammenhang zwischen der Rezipientenpersönlichkeit und der Begeisterung für bestimmte Medienformate oder Lieblingspersonen in den Medien lässt noch viele Ansatzpunkte für weitere Forschung offen. Dabei können die Ergebnisse dieser Studie als Absprungpunkte dienen, sei es etwa im Hinblick auf weitere Untersuchungen zu sozialen Vergleichen, zu Identifikationsprozessen oder zum sozialen Lernen.

Der vielversprechendste Ertrag aus dieser Untersuchung ist aber der Beleg für die Ähnlichkeiten in der Wahrnehmung der Jugendlichen von sich selbst, anderen und der Welt um sich herum im Vergleich zur Wahrnehmung ihrer Fernsehhelden (vgl. Kapitel „Untersuchungsergebnisse“, Abschnitte „Wahrnehmung der Jugendlichen von sich und ihren Helden im Vergleich“, „Heldentypen“). Bisher liegt keine Studie vor, die diesen Zusammenhang in der Breite und Allgemeinheit untersucht und belegt hat. Damit eröffnet sich eine neue Perspektive auf die Forschung zu den Mechanismen, die beispielsweise greifen, wenn sich Ju-

gendliche von ihrem Medienkonsum so vereinnahmen lassen, dass sie die Realität aus den Augen verlieren und ein Verhalten an den Tag legen als wären sie selbst Fernsehhelden, wie dies beispielsweise bei einem Amoklauf oder der Nachahmung von gefährlichen Stunts gelegentlich geschieht. Wir kommt es in solchen Situationen dazu, dass Verhaltensweisen, die für den Durchschnitt der Jugendlichen nicht realistisch sind, für einzelne Jugendliche so anziehend werden, dass sie sich dazu verleiten lassen, sie nachzuahmen?

Das ist ein spannendes und nützliches Forschungsthema, zu dem die Wissenschaft bisher nur wenige Antworten geben konnte. Hier könnten Auffälligkeiten im Bezugsrahmen der Rezipienten durchaus Hinweise geben, wie es zu groben Abweichungen von der durchschnittlichen Reaktion der Mehrheit der Jugendlichen kommen kann. Und welche Faktoren in einem Bezugsrahmen dazu führen, dass sozial inakzeptables Verhalten, das von den Jugendlichen in dieser Studie durchgehend als solches erkannt und abgelehnt wurde, von einzelnen schließlich doch als Handlungsoption wahrgenommen wird, könnte auf diesem Wege eventuell identifiziert werden. Auch könnten hier noch weitere Differenzierungen nach gesellschaftlichen Strömungen, dem materiellen, sozialen oder kulturellen Hintergrund eine Rolle spielen, solche Faktoren wurden in dieser Studie nicht berücksichtigt, könnten aber Gegenstand weiterer Studien vor dem Hintergrund des Bezugsrahmens der Rezipienten sein.

Schließlich könnte auch die Meinungsbildung zu bestimmten Themen von öffentlicher Bedeutung Gegenstand von Forschung mithilfe des menschlichen Bezugsrahmens sein und so Tendenzen und Meinungsschwankungen in der öffentlichen Meinungsbildung beleuchten helfen. Hier sind Zusammenhänge denkbar, die bisher mit anderen Modellen nicht erklärbar waren und vor dem Hintergrund des Bezugsrahmens eventuell Muster erkennen lassen.

Es sind sicher noch viele weitere inhaltliche Fragen und Zusammenhänge im Zusammenhang mit den Ergebnissen dieser Studie denkbar, die hier nicht explizit genannt wurden. Mit dem Bezugsrahmen vor dem theoretischen Hintergrund der Transaktionsanalyse steht jedenfalls ein Instrument zur Verfügung, das sich vielseitig einsetzen lässt und geeignet ist, eine Menge von Fragen zu inhaltlichen Zusammenhängen zwischen Rezipientenpersönlichkeit und Medienrezeption zu hinterfragen. Damit werden Untersuchungen möglich, die eine Überprüfung der Medienrezeption im Hinblick auf die Psyche der Rezipienten enthalten, die über einzelne psychologische Mechanismen hinausgehen.

## 8. Literatur:

- Abel, Jürgen; Möller, Renate; Treumann, Klaus Peter (1998): Einführung in die empirische Pädagogik. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer.
- Abels, Heinz (1993): Jugend vor der Moderne. Soziologische und psychologische Theorien des 20. Jahrhunderts. Opladen: Leske und Budrich.
- Adorno, Theodor W.; Albert, Hans; Dahrendorf, Ralf; Habermas, Jürgen; Pilot, Harald; Popper, Karl R. (Hrsg.) (1969): Der Positivismusstreit in der deutschen Soziologie. Neuwied, Berlin: Luchterhand Verlag.
- Aelker, Lisa (2008a): Uses and Gratifications-Ansatz. In Krämer, Nicole C.; Schwan, Stephan; Unz, Dagmar; Suckfüll, Monika (Hrsg.) (2008): Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer. S. 17-22.
- Aelker, Lisa (2008b): Mood Management. In Krämer, Nicole C.; Schwan, Stephan; Unz, Dagmar; Suckfüll, Monika (Hrsg.) (2008): Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer. S. 28-34.
- Alfes, Henrike F. (1995): Literatur und Gefühl. Emotionale Aspekte literarischen Schreibens und Lesens. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Andreß, Hans-Jürgen; Hagenaars, Jaques A.; Kühnel, A. (1997): Analyse von Tabellen und kategorialen Daten. Log-lineare Modelle, latente Klassenanalyse, logistische Regression und GSK-Ansatz. Berlin, Heidelberg: Springer Verlag.
- Appelhoff, Mechthild; Bachmair, Ben; Cippitelli, Claudia; Erlinger, Hans Dieter (Red.); Löhr, Paul; Rosenbaum, Uwe; Stötzel, Dirk Ulf; Verst Ludger (Hrsg.) (1998): Debatte Kinderfernsehen: Analyse und Bewertung von TV-Programmen für Kinder. Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz und Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik. Garz bei Berlin: Vistas Verlag.
- Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (Hrsg.) (1973): Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Verlag.
- Atkin, Charles K. (1973): Instrumental Utilities and Information Seeking. In Clarke, Peter (Hrsg.): New Models for Mass Communication. Beverly Hills: Sage. S. 205-242.
- Atkin, Charles K. (1985): Informational Utility and Selective Exposure to Entertainment Media. In Zillmann, Dolf; Bryant, Jennings (Hrsg.): Selective Exposure to Communication. Hillsdale, NJ: Erlbaum. S. 63-91.
- Atteslander, Peter (2006): Methoden der empirischen Sozialforschung. Unter Mitarbeit von Prof. Dr. Dr. Jürgen Croom, Dr. Busso Gabow, Dr. Harald Klein, Prof. Dr. Andrea Maurer, Prof. Dr. Gabriele Siebert. 11., neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- Auchter, Thomas; Strauss, Laura V. (1999): Kleines Wörterbuch der Psychoanalyse. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht.
- Aufenanger, Stefan; Lampert, Claudia; Vockerodt, Yvonne (1996): Lustige Gewalt? Zum Verwechslungsrisiko realer und inszenierter Fernsehgewalt bei Kindern durch humoreske Programmkontexte. Eine Studie im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM) und der Hamburgischen Anstalt für neue Medien (HAM). Durchgeführt von Stefan Aufenanger, Claudia Lampert und Yvonne Vockerodt. Unter Mitarbeit von Petra



- Gerescher, Judith Leschig, Norbert Neuß, Friederike Tilemann, Torsen Voller und Ute Wett. BLM-Schriftenreihe Band 38. Hamburg: Reinhard Fischer Verlag.
- Austin, Erika W.; Meili, Heidi K. (1994): Effects of interpretations of televised alcohol portrayals on children's alcohol beliefs. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 38, 417–435.
- Austin, Erika W.; Pinkelton, B. E.; Fujioka, Y. (2000): The role of interpretation processes and parental discussion in the media's effects on adolescents' use of alcohol. *Pediatrics*, 105, 343–349.
- Baacke, Dieter; Kübler, Hans-Dieter (Hrsg.) (1989): *Qualitative Medienforschung. Konzepte und Erprobungen*. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Bachmair, Ben (1984): *Symbolische Verarbeitung von Fernseherlebnissen in assoziativen Freiräumen. Eine Bestandsaufnahme in einer Grundschule. - 2. Teil: Die symbolische Verarbeitung in Handlungszusammenhängen. Fortlaufende Beobachtungen während eines Unterrichtsprojekts.* . Unter Mitarbeit von Monika Klinger und Bernhard Thüne-Schoenborn. Kassel: Gesamthochschule, Fachbereich Erziehungswissenschaften, Humanwissenschaften.
- Bachmair, Ben (1988): *Kindheit heute - historische und systematische Anmerkungen eines Medienpädagogen*. In: Spanhel, Dieter (Hrsg.): *Die Zukunft der Kindheit. Die Verantwortung der Erwachsenen für das Kind in einer unheilen Welt*. Werner Loch zum 60. Geburtstag gewidmet. Weinheim : Deutscher. Studienverlag. S. 92-101.
- Bachmair, Ben (1996): *Fernsehkultur. Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Bachmair, Ben (2005): *Mediensozialisation im Alltag*. In Mikos, Lothar; Wegener, Claudia (Hrsg.) (2005): *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. S. 95-114.
- Backhaus, Klaus; Erichson, Bernd; Plinke, Wulff; Weiber, Rolf (2006): *Multivariate Analysemethoden. Eine anwendungsorientierte Einführung*. 11., überarbeitete Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer Verlag.
- Bandura Albert (1971): *Social learning theory*, Morristown, New Jersey: General Learning Press.
- Bandura, Albert (1979): *Sozial-kognitive Lerntheorie*, Stuttgart: Klett-Cotta.
- Bandura, Albert (1986): *Social foundations of thought and action. A social cognitive theory*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Bandura, Albert (2000): *Die sozial-kognitive Lerntheorie der Massenkommunikation*, in Schorr, Angela (Hrsg.): *Publikums- und Wirkungsforschung, Ein Reader*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 153-180.
- Barthelmes, Jürgen; Sander, Ekkehard (1990): *Familie und Medien. Forschungsergebnisse und kommentierte Auswahlbibliographie*. München: Verlag Deutsches Jugendinstitut.
- Barthelmes, Jürgen; Sander, Ekkehard (1999): *Medien in Familie und Peer-group. Vom Nutzen der Medien für 13- und 14-jährige. Medienerfahrungen von Jugendlichen. Band 1. 2. Auflage*. Deutsches Jugendinstitut München. Augsburg: Presse-Druck- und Verlags-GmbH.
- Barthelmes, Jürgen (1999): *Fernsehen und Computern in der Familie. Für einen kreativen Umgang mit Medien*. München: Kösel Verlag.

- Barthelmes, Jürgen; Sander, Ekkehard (2001): Erst die Freunde, dann die Medien. Medien als Begleiter in Pubertät und Adoleszenz. Medienerfahrungen von Jugendlichen. Band 2. Deutsches Jugendinstitut München. Opladen: Leske und Budrich.
- Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM) (Hrsg.) (1996): Medienkompetenz im Informationszeitalter. 1. Fachtagung des Forums Medieinpädagogik der BLM. Zusammengefaßt und redaktionell bearbeitet von Jonathan Fischer. Erstellt im Auftrag der bayerischen Landeszentrale für neue Medien. BLM-Schriftenreihe Band 36. München: Reinhard Fischer Verlag.
- Benteler, Günter; Rühl, Manfred (Hrsg.) (1993): Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven. München: Ölschläger Verlag.
- Bergmann, Wolfgang; Hüther, Gerald (2010): Computersüchtig. Kinder im Sog der modernen Medien. 3. Auflage. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- Berne, Eric (1970): Spiele der Erwachsenen. Psychologie der menschlichen Beziehungen. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH.
- Berne, Eric (2001a): Die Transaktionsanalyse in der Psychotherapie: Eine systematische Individual- und Sozial-Psychiatrie. Paderborn: Junfermann Verlag. (In Amerika im Original 1961 erschienen.)
- Berne, Eric (2001b): Was sagen Sie, nachdem Sie >Guten Tag< gesagt haben? Psychologie des menschlichen Verhaltens. 17. Auflage. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Berne, Eric (2005): Grundlagen der Gruppenbehandlung. Gedanken zur Gruppentherapie & Interventionstechniken. Paderborn: Junfermann Verlag. (In Amerika im Original 1966 erschienen.)
- Besenoff, G R (2006): Can the media affect us? Social Comparison, self-discrepancy and the thin-ideal. *Psychology of Women Quarterly*, 30, S. 293-251.
- Bilandzic, Helena (2014): Wirkungsforschung. In Karmasin, Matthias; Rath, Matthias; Thomaß, Barbara (Hrsg.) (2014): Kommunikationswissenschaft als Integrationsdisziplin, Wiesbaden: Springer, S. 159-178.
- Bisky, Lothar ; Wiedemann, Dieter (1985): Der Spielfilm. Rezeption und Wirkung. Berlin: Henschel Verlag.
- Bizer Christoph; Englert, Rudolf (Hrsg.) (2008): Sehnsucht nach Orientierung. Vorbilder im Religionsunterricht, Jahrbuch der Religionspädagogik, Band 24. Neukirchen: Neukirchener Verlagsgesellschaft.
- Blumer, Herbert G. (1969a): Symbolic Interactionism. Perspective and Method. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Blumer, Herbert G. (1969b): Der methodologische Standort des Symbolischen Interaktionismus. In Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (Hrsg.) (1973): Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Verlag. S. 80-146.
- Blumler, Jay G./Katz, Elihu (Hrsg.) (1974): The uses of mass communications. Current perspectives on gratifications research. Beverly Hills, CA: Sage.
- Bonfadelli, Heinz (2004): Medienwirkungsforschung I. Grundlagen. 3., überarbeitete Auflage. UVK Verlagsgesellschaft: Konstanz.
- Bortz, Jürgen; Döring, Nicola (2006): Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. 4., überarbeitete Auflage. Heidelberg: Springer Medizin Verlag.

- Bortz, Jürgen; Schuster, Christof (2010): Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler. 7., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Brannen, Julia (Hrsg.) (1992): *Mixing Methods: Qualitative and Quantitative Research*. Aldershot: Avebury.
- Brewer, Marilyn B.; Weber, Joseph G. (1994): Self-evaluation effects of interpersonal versus intergroup social comparison. *Journal of Personality and Social Psychology* 66. S. 268-275.
- Brickman, Paul; Berman, Jennifer J. (1971): Effects of performance expectancy and outcome certainty on interest in social comparison. *Journal of Experimental Psychology* 7. S. 600-609.
- Brosius, Hans-Bernd; Esser, Frank (1998): Mythen in der Wirkungsforschung. Auf der Suche nach dem Stimulus-Response-Modell. *Publizistik* 43. S. 341-361.
- Brosius, Hans-Bernd; Haas, Alexander; Koschel, Friederike (2012): *Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung*. 6., erweiterte und aktualisierte Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bryant, Jennings; Zillmann, Dolf (Hrsg.) (1991): *Responding to the Screen. Reception and Reaction Processes*. Hillsdale, NJ u. a.: Erlbaum.
- Bryman, Alan (1988): *Quantity and Quality in Social Research*. London: Unwin Hyman.
- Bryman, Alan (1992): Quantitative and qualitative research: further reflection on their integration. In Brannen, Julia (ed.) (1992): *Mixing Methods: Qualitative and Quantitative Research*. Aldershot: Avebury. S. 57-80.
- Bryman, Alan (2004): *Social Research Methods*. 2. Auflage. Oxford: Oxford University Press.
- Burgoon, Michael (Hrsg.): *Communication Yearbook* 5. Beverly Hills: Sage.
- Carroll, Noel (1984): Toward a theory of film suspense. *Persistence of Vision*, 1. S.65-89.
- Carroll, Noel (1996): The paradox of suspense. In Vorderer, Peter, Wulff, Hans J.; Friedrichsen, Mike (Hrsg.) (1996): *Suspense: Conceptualizations, theoretical analyses, and empirical explorations*. Mahwah, NJ: Erlbaum. S. 71-92.
- Charlton, Michael; Bachmair, Ben (Hrsg.) (1990): *Medienkommunikation im Alltag: Interpretative Studien zum Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen*. Schriftenreihe Internationales Zentralinstitut für das Jugend - und Bildungsfernsehen, Band 24. München, New York, London, Paris: K. G. Saur Verlag.
- Charlton, Michael; Neumann(-Braun), Klaus (1986): *Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie*. München: Psychologie Verlag Union.
- Charlton, Michael; Neumann, Klaus (1988): Mediensozialisation im Kontext. Der Beitrag des Kontextualismus und der Strukturanalyse für die Medienforschung. In *Publizistik* 33/1988/2-3. S.297-315.
- Charlton, Michael; Neumann-Braun, Klaus (1990): *Medienrezeption und Identitätsbildung*. Tübingen: Narr.
- Charlton, Michael; Neumann-Braun, Klaus (1992): *Medienkindheit – Medienjugend. Eine Einführung in die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Forschung*. München: Quintessenz Verlags GmbH.

- Charlton, Michael; Borcsa, Maria; Mayer, Gerhard; Haaf, Brigitte, Kleis, Georg (1996): Zugänge zur Mediengewalt. Untersuchungen zu individuellen Strategien der Rezeption von Gewaltdarstellungen im frühen Jugendalter. Herausgegeben von der Landesanstalt für Kommunikation, Stuttgart, Baden-Württemberg. Villingen-Schwenningen: Neckar-Verlag.
- Charlton, Michael (1997): Rezeptionsforschung als Aufgabe einer interdisziplinären Medienwissenschaft. In Charlton, M. & Schneider, S. (Hrsg.), Rezipientenforschung. Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 16-39.
- Charlton, Michael; Borcsa, Maria (1997): „Thematische Voreingenommenheit, Involvement und Formen der Identifikation: Diskussion eines Modells für das aktive Zuschauerhandeln anhand eines empirischen Beispiels“, In Charlton, Michael; Schneider, Silvia (Hrsg.) (1997): Rezeptionsforschung: Erklärungsmodelle und aktuelle Forschungsergebnisse zum Umgang mit Massenmedien. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 254-267.
- Charlton, Michael; Schneider, Silvia (Hrsg.) (1997): Rezeptionsforschung: Erklärungsmodelle und aktuelle Forschungsergebnisse zum Umgang mit Massenmedien. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Charlton, Michael; Schneider, Silvia (1997): Rezeptionsforschung, Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Chory-Assad, Rebecca M.; Cicchirillo, Vincent (2005): Empathy and Affective Orientation as Predictors of Identification with Television Characters, Communication Research Reports, 22:2. S. 151-156.
- Christiansen, John B. (1979). Television role models and adolescent occupational goals. Human Communication Research, 5, 335–337.
- Christoph-Lemke, Charlotte (2002): Grundlagenkurs 101. Einführung in die Transaktionsanalyse. Skriptum. Münchener Institut für Transaktionsanalyse.
- Christoph-Lemke, Charlotte (2001): Wie gesellschaftsfähig ist die Transaktionsanalyse? Vortrag bei der DSGTA, Münchener Institut für Transaktionsanalyse.
- Christoph-Lemke, Charlotte (2006): Wie integrativ ist die Transaktionsanalyse? <http://www.mita.edu/media/MITA-Artikel02.pdf>, Münchener Institut für Transaktionsanalyse.
- Collins, R. L. (1996): For better or worse: The impact of upward social comparison on self-evaluations. Psychological Bulletin, 119. S. 70–94.
- Czaja, Dieter (Hrsg.): Kinder brauchen Helden. Power Rangers & Co. Unter der Lupe. Mit Beiträgen von Ulrich Anton, Prof. Dr. Stefan Aufenanger, Prof. Dr. Dieter Baacke, Susanne Bischoff, Prof. Dr. Dirk Blothner, Prof. Hartmut M. Giese, Prof. Dr. Jo Reichertz, Barbara Sintermann. München: Kopaed Verlag.
- Dehner, Renate; Dehner, Ulrich (2007): Schluss mit diesen Spielchen! Manipulationen im Alltag erkennen und wirksam dagegen vorgehen. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Denzin, Norman K. (1970): The Research Act. Chicago: Aldine.
- Dervin, Brenda, Nilan, Michael S. & Jacobson, Thomas L. (1982): Improving Predictions of Information Use: A Comparison of Predictor Types in a Health Communication Setting. In Burgoon, Michael (Hrsg.): Communication Yearbook 5. Beverly Hills: Sage. S. 807-830.
- Dervin, Brenda (1989): Audience as listener and learner, teacher and confidante: The sense-making approach. In Rice, Ronald E.; Atkin, Charles (Hrsg.) (1989): Public communication campaigns. Beverly Hills/London: Sage. S. 67-86.

- Dervin, Brenda (1992): From the mind's eye of the 'user': The sense-making qualitative-quantitative methodology. In Glazer; Jack D.; Powell, Robert R. (Hrsg.): Qualitative research in information management. Englewood: CO: Libraries Unlimited. S. 61-84.
- Dittmar, Helga; Howard, Sarah (2004): Ideal-body internationalization and social comparison tendency as moderators of thin media models' impact on women's body-focused anxiety. *Journal of Social and Clinical Psychology*; 23, S. 768-791.
- Döbler, Thomas; Stark, Birgit; Schenk, Michael (1999): Mediale und reale Gewalt. Eine Untersuchung sozialer Netzwerke von Jugendlichen. München: Verlag Reinhard Fischer.
- Donsbach, Wolfgang; Laub, Thorsten; Haas, Alexander; Brosius, Hans-Bernd (2005): Anpassungsprozesse in der Kommunikationswissenschaft. Theorien und Herkunft der Forschung in den Fachzeitschriften 'Publizistik' und 'Medien- und Kommunikationswissenschaft'. In M & K (2005) 53. S. 46-72.
- dtv Lexikon in 20 Bänden (1992). Mannheim: F.A. Brockhaus GmbH und München: Deutscher Taschenbuch Verlag GmbH & Co. KG. Bände 8 und 19.
- English, Fanita (2000): Es ging doch gut – was ging denn schief? Beziehungen in Partnerschaft, Familie und Beruf. 7. Auflage. Gütersloh: Gütersloher Verlagshaus.
- English, Fanita (2001): Transaktionsanalyse: Gefühle und Ersatzgefühle in Beziehungen. 6. Auflage. Salzhausen: iskopress.
- Erikson, Erik H. (1966): Identität und Lebenszyklus. Drei Aufsätze. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Erikson, Erik H. (1970): Jugend und Krise. Die Psychodynamik im sozialen Wandel. Stuttgart: Ernst Klett Verlag.
- Erskine, Richard G.; Moursund, Janet P. (1991): Kontakt. Ich-Zustände. Lebensplan. Integrative psychotherapy in action. Paderborn: Junfermann Verlag.
- Erskine, Richard G.; Trautman, Rebecca L. (1997): Methods of an Integrative Psychotherapy. In Erskine, Richard and the International Transactional Association (1997): Theories and Methods of an Integrative Transactional Analysis. TA Press. S. 20-36. (ursprünglich in TA Journal. Oktober 1996. San Francisco.)
- Erskine, Richard and the International Transactional Association (1997): Theories and Methods of an Integrative Transactional Analysis. TA Press.
- Fahr, Andreas; Zubayr, Camille (1999): Fernsehbeziehungen : Vorbilder oder Trugbilder für Jugendliche? *Angewandte Medienforschung*, Bd. 9. München : Reinhard Fischer Verlag.
- Faßler, Manfred (1997): Was ist Kommunikation? München: Wilhelm Fink Verlag.
- Fend, Helmut (1988): Sozialgeschichte des Aufwachsens. Bedingungen des Aufwachsens und Jugendgestalten im zwanzigsten Jahrhundert, in der Moderne. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Fend, Helmut (1990): Vom Kind zum Jugendlichen. Der Übergang und seine Risiken. Entwicklungspsychologie der Adoleszenz in der Moderne. Band 1. Bern, Stuttgart, Toronto: Verlag Hans Huber.
- Fend, Helmut (1994): Die Entdeckung des Selbst und die Verarbeitung der Pubertät. Entwicklungspsychologie der Adoleszenz in der Moderne. Band 3. Bern, Göttingen, Toronto, Seattle: Verlag Hans Huber.
- Festinger, Leon (1954): A theory of Social Comparison Processes. In *Human Relations* 7, S. 117-140.

- Feyerabend, Paul K. (1974): Kuhns Struktur wissenschaftlicher Revolutionen. Ein Trostbüchlein für Spezialisten?. In Lakatos, Imre; Musgrave, Alan (Hrsg.) (1974): Kritik und Erkenntnisfortschritt. Braunschweig: Vieweg. S. 191-222.
- Feyerabend, Paul K. (1976): Wider der Methodenzwang. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Feyerabend, Paul K. (1989): Irrwege der Vernunft. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Findl, Renate (2005): Ein Schritt auf dem Weg zu einem verbesserten Methodenmix in der empirischen Sozialforschung. Inaugural-Dissertation zur Erlangung der Doktorwürde (Dr. phil.) der Philosophischen Fakultät II der Universität Regensburg. Regensburg.
- Flammer, August; Alsaker, Francoise D. (2002): Entwicklungspsychologie der Adoleszenz: die Er-schließung innerer und äußerer Welten im Jugendalter. Bern: Hogrefe & Huber Verlag.
- Flick, Uwe (2005): Wissenschaftstheorie und das Verhältnis von qualitativer und quantitativer Forschung. In: Mikos, Lothar; Wegener, Claudia (Hrsg.) (2005): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. S. 20-28.
- Flick, Uwe (2008): Triangulation. Eine Einführung. 2. Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Flimmo Kinderbefragung Dezember 2017 bis März 2018. Erste Medienhelden. Gruppenerhebung und Einzelinterviews mit Drei- bis Sechsjährigen.  
[https://www.flimmo.de/fileadmin/Content/Dowloads/befragungen/Bericht\\_Befragung\\_Kindergarten\\_2017.pdf](https://www.flimmo.de/fileadmin/Content/Dowloads/befragungen/Bericht_Befragung_Kindergarten_2017.pdf)
- Flimmo Kinderbefragung Juni/Juli 2007. Geschlechterunterschiede, Fernsehvorlieben und soziales Umfeld.  
<https://www.flimmo.de/fileadmin/Content/Dowloads/befragungen/befragung-geschlecht-1.pdf>
- Frey, Dieter; Dauenheimer, Dirk; Parge, Olaf; Haisch, Jochen (1993): Die Theorie sozialer Vergleichsprozesse. In Frey, Dieter; Erle, Martin (Hrsg.) (1993): Kognitive Theorien der Sozialpsychologie. Bern: Huber. S. 81-122.
- Frey, Dieter; Erle, Martin (Hrsg.) (1993): Kognitive Theorien der Sozialpsychologie. Bern: Huber.
- Fromm, Martin (1990): Zur Verbindung quantitativer und qualitativer Methoden. Pädagogische Rundschau, Jahrgang 44. S. 469-481.
- Fromm, Rainer (2002): Digital spielen – real morden? Shooter, Clans und Fragger. Videospiele in der Jugendszene. Marburg: Schüren Verlag.
- Früh, Werner; Schönbach, Klaus (1982): Der dynamisch-transaktionale Ansatz. Ein neues Paradigma der Medienwirkungen. Publizistik, 27. S. 74-88.
- Früh, Werner; Schönbach, Klaus (1984): Der dynamisch-transaktionale Ansatz II: Konsequenzen. Rundfunk und Fernsehen, 32. S. 314-329.
- Früh, Werner (1991): Medienwirkungen. Das dynamisch-transaktionale Modell. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Früh, Werner (2004): Die Interpretationsbedürftigkeit von Kausalität oder: Woher kommen die Ursachen? In Wirth, Werner; Lauf, Edmund; Fahr, Andreas (Hrsg.) (2004): Forschungslogik und -design in der Kommunikationswissenschaft. Bd. 1. Einführung, Problematisierungen und Aspekte der Methodenlogik aus kommunikations-wissenschaftlicher Perspektive. Köln: Herbert von Halem Verlag. S. 13-38.

- Fuhs, Burkhard (2002): Kindheit, Freizeit, Medien. In Krüger, Heinz-Hermann; Grunert, Cathleen (Hrsg.) (2002): Handbuch Kindheits- und Jugendforschung. Opladen: Leske und Budrich. S. 637-651.
- Garfinkel, Harold (1967): *Studies in Ethnomethodology*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Garfinkel, Harold (1986): *Ethnomethodological Studies of Work*. London: Routledge & Kegan.
- Gilbert, Daniel.T.; Giesler, Brian R.; Morris, Kathryn A. (1995): When Comparisons Arise. *Journal of Personality and Social Psychology* 69, S. 227-236.
- Gleich, Uli (1996): Sind Fernsehpersonen die „Freunde“ des Zuschauers? In Vorderer, Peter (Hrsg.) (1996): *Fernsehen als „Beziehungskiste“*. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 113 – 142.
- Gleich, Uli (2000): Medien und ihre Bedeutung für Jugendliche. *Medien + Erziehung*, 44(4). S. 211-218.
- Göttlich, Udo (2008): Rezension zu Claudia Wegener. *Medien, Aneignung und Identität. „Stars“ im Alltag jugendlicher Fans*. Wiesbaden: VS, 2008. – 419 S. ISBN 978-3531154428. *Medien & Kommunikation*, 56. Jahrgang, 3-4/2008. S. 514-515.
- Göttlich, Udo (2010): Der Alltag der Mediatisierung: Eine Skizze zu den praxistheoretischen Herausforderungen der Mediatisierung des kommunikativen Handelns. In Hartmann, Maren; Hepp, Andreas (Hrsg.) (2010): *Die Mediatisierung der Alltagswelt*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 23-34.
- Götz, Maya (2000): Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von 10- bis 15-Jährigen. Seifenblasen zwischen „leicht verdaulicher Unterhaltung“ und „ein Raum für sich“. *TELEVISION* 13/2000/2. Publiziert auf: [http://www.br-online.de/jugend/izi/text/goetz13\\_2.htm](http://www.br-online.de/jugend/izi/text/goetz13_2.htm)
- Götz, Maya (2007): Die Fernsehfiguren der Kinder ... und die Frage, was eine Fernsehfigur erfolgreich macht. *TELEVISION* 20/2007/2. S. 22-27.
- Götz, Maya (2013): Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen. Geschlechtsspezifische Studien zum Kinderfernsehen. Edition TELEVISION. Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen IZI. München: Kopaed Verlag.
- Götz, Maya (2013a): Vorwort. In Götz, Maya (2013): *Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen. Geschlechtsspezifische Studien zum Kinderfernsehen*. Edition TELEVISION. Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen IZI. München: Kopaed Verlag. S. 9-10.
- Götz, Maya (2013b): Der Gebrauchswert von Lieblingsfernsehfiguren. Die Quantifizierung des Nutzens als Teil von Qualitätsdiskussion. In Götz, Maya (2013): *Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen. Geschlechtsspezifische Studien zum Kinderfernsehen*. Edition TELEVISION. Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen IZI. München: Kopaed Verlag. S. 575-618.
- Götz, Maya (2013c): Die Bedeutung der Fernsehfiguren im Alltag von Jugendlichen. Forschungsstand und offene Fragen. In Götz, Maya (2013): *Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen. Geschlechtsspezifische Studien zum Kinderfernsehen*. Edition TELEVISION. Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen IZI. München: Kopaed Verlag. S. 332-338.
- Götz, Maya (2013d): Von Vorbild bis parasoziale Mutter. Die typischen Beziehungen zur Lieblingsfigur. In Götz, Maya (2013): *Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen. Geschlechtsspezifische Studien zum Kinderfernsehen*. Edition TELEVISION. Internationa-

- les Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen IZI. München: Kopaed Verlag. S. 217-247.
- Götz, Maya; Winter, Reinhard; Neubauer, Gunter (2013): Sich wiederfinden, definieren und erleben. Fernsehfiguren und die handlungsleitenden Themen von Mädchen und Jungen. In Götz, Maya (2013): Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen. Geschlechtsspezifische Studien zum Kinderfernsehen. Edition TELEVISION. Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen IZI. München: Kopaed Verlag.
- Götz, Maya (2014 a): Was Kinder und Jugendliche im Alltag und beim Fernsehen fühlen. Standardisierte Befragung in Deutschland und 16 weiteren Ländern. TELEVISION 27/2014/2. S. 59-63.
- Götz, Maya (2014 b): TV-Hero(in)es of Boys and Girls: Reception Studies of Favorite Characters. Frankfurt: Peter Lang.
- Götz, Maya (2017): Die Lieblingsfiguren der Kinder im Fernsehen. Eine Repräsentativerhebung. TELEVISION 30/2017/2. S. 46-48.
- Goulding, Mary McClure (2000): "Kopfbewohner" oder: Wer bestimmt dein Denken? Wie du die Feindschaft gegen dich selbst mit Spass und Leichtigkeit in Freundschaft verwandelst. 6. Auflage. Paderborn: Junfermann Verlag.
- Goulding, Mary McClure; Goulding, Robert L. (2005): Neuentscheidung. Ein Modell der Psychotherapie. 7. Auflage. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Greenberg, Bradley S. (1974): Gratifications Television Viewing and Their Correlates for British Children. In Blumler, Jay G. & Katz, Elihu (Hrsg.), The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills, London: Sage. S. 71-92.
- Griese, Hartmut M. (2000). Personale Orientierungen im Jugendalter – Vorbilder und Idole. In Sander, Uwe; Vollbrecht, Ralf (Hrsg.) (2000): Jugend im 20. Jahrhundert. Sichtweisen - Orientierungen – Risiken. Neuwied, Kriftel, Berlin: Hermann Luchterhand Verlag GmbH. S. 211-253.
- Groebe, Jo (Hrsg.) (1997): New media developments, Boom Publications, Amsterdam 1997.
- Groebe, Jo (1998): Mediensozialisation bei Kindern in Deutschland und anderen Ländern. Ergebnisse der UNESCO-Medienstudie und deutscher Untersuchungen. In Klingler, Walter; Roters, Gunnar; Zöllner, Oliver (Hrsg.) (1998): Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methoden. Teilband 2. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. S. 545-558.
- Groebe, Norbert; Vorderer, Peter (1988): Leserpsychologie: Lesemotivation – Lektürewirkung. Münster: Aschendorff.
- Groebe, Norbert (Hrsg.) (1999): Lesesozialisation in der Mediengesellschaft. Ein Schwerpunkt. Ausgabe 10 von Internationales Archiv für Sozialgeschichte der deutschen Literatur (Sonderheft). Tübingen: M. Niemeyer Verlag.
- Gumin; Heinz; Mohler, Armin (Hrsg.) (1985): Einführung in den Konstruktivismus. Schriften der Carl Friedrich von Siemens Stiftung. Bd. 10. München: Oldenbourg Verlag.
- Häder, Michael (2010): Empirische Sozialforschung. Eine Einführung. 2., überarbeitete Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hagehülsmann, Ute; Hagehülsmann, Heinrich (2001): Der Mensch im Spannungsfeld seiner Organisation. Transaktionsanalyse in Managementtraining, Coaching, Team- und Personalentwicklung. 2., überarbeitete Auflage. Paderborn: Junfermann Verlag.



- Hains, Rebecca C. (2007): Sind Supergirls für Mädchen super? Wie 8- bis 11-Jährige mit Schönheitsidealen in Girl-Power-Cartoons umgehen. *TELEVISION* 20/2007/2. S. 13-19.
- Hall, Stuart (1980): Encoding/Decoding. In: Hall et al. (1980): *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies.1972-79* (Cultural Studies Birmingham). London: Routledge. S. 128-138.
- Hall, Stuart; Hobson, Dorothy; Lowe, Andrew; Willis, Paul (Hrsg.) (1980): *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies.1972-79* (Cultural Studies Birmingham). London: Routledge.
- Hammersley, Martyn (1996): The Relationship between qualitative and quantitative research: paradigm loyalty versus methodological eclecticism. In Richardson, John T.E. (Hrsg.): *Handbook of Qualitative Research Methods for Psychology and the Social Sciences*. Leicester: BPS-Books. S. 159-174.
- Harrison, K. (1997). Does interpersonal attraction to thin media personalities promote eating disorders? *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 41, 478–500.
- Hartmann, Maren; Hepp, Andreas (Hrsg.) (2010): *Die Mediatisierung der Alltagswelt*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hartmann, Tilo; Schramm, Holger; Klimmt, Christoph (2004): Personenorientierte Medienrezeption: Ein Zwei-Ebenen-Modell parasozialer Interaktionen. *Publizistik*, 49 (1). S. 25-47.
- Hartmann, Tilo; Schramm, Holger (2006): Logik der Forschung zu parasozialen Interaktionen und Beziehungen. In Wirth, Werner; Lauf, Edmund; Fahr, Andreas (Hrsg.) (2006): *Forschungslogik und -design in der Kommunikationswissenschaft*. Bd. 2. Anwendungsfelder in der Kommunikationswissenschaft. Köln: Herbert von Halem Verlag. S. 264-291.
- Havighurst, Robert J. (1953): *Human Development and Education*. London: Longmans, Green & Co.
- Havighurst, Robert J.; Neugarten, Levin B.; Falk, Jacqueline M. (1971): *Society and Education: A Book of Readings*. 2. Auflage. Boston: Allyn and Bacon.
- Havighurst, Robert J. (1972): *Developmental Tasks and Education*. 3. Auflage. London: Longmans, Green & Co.
- Hengst, Heinz; Kelle, Helga (Hrsg.) (2003): *Kinder - Körper – Identitäten. Theoretische und empirische Annäherungen an kulturelle Praxis und sozialen Wandel*. Weinheim und München: Juventa Verlag.
- Hell, Beate (2008): *Kinder und Jugendliche brauchen Vorbilder*. Medizinische Universität Innsbruck. Referat für Kinderbetreuung. Beratung & Service. Koordinationsstelle f. Gleichstellung, Frauenförderung u. Geschlechterforschung. Artikel des Monats 02/2018. [http://www.step21.de/fileadmin/content-media/projekte/vorbilder\\_des\\_alltags/Medizinische\\_Universitaet\\_Innsbruck\\_Kinder\\_und\\_Jugendliche\\_brauchen\\_Vorbilder.pdf](http://www.step21.de/fileadmin/content-media/projekte/vorbilder_des_alltags/Medizinische_Universitaet_Innsbruck_Kinder_und_Jugendliche_brauchen_Vorbilder.pdf)
- Hepp Andreas (2005): Kommunikative Aneignung. In Mikos, Lothar; Wegener, Claudia (Hrsg.) (2005): *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. S. 67-79.
- Hölig, Sascha; Domeyer, Hanna; Hasebrink, Uwe (2011): Souveräne Bindungen: Zeitliche Bezüge in Medienrepertoires und Kommunikationsmodi. In Suckfüll, Monika; Schramm, Holger; Wünsch, Carsten (Hrsg.) (2011): *Rezeption und Wirkung in zeitlicher Perspektive*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft/Edition Reinhard Fischer. S. 71-88.
- Hoffmann, Bernward (2008): Bewahrpädagogik. In Sander, Uwe; Gross, Friederike; Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): *Handbuch Medienpädagogik. Neues Kompendium Medienpädagogik*. Wiesbaden: Springer, VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 42-50.

- Hoffner, Cythia; Cantor, J. (1991). Perceiving and responding to mass media characters. In Bryant, Jennings ; Zillmann, Dolf (Hrsg.): Responding to the screen: Reception and reaction processes. S. 63-101. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Hoffner, Cynthia; Buchanan, Martha (2005): Young Adults' Wishful Identification With Television Characters: The Role of Perceived Similarity and Character Attributes, *Media Psychology*, 7:4, 325-351.
- Hoffner, Cynthia A., Levine, Kenneth J., Sullivan, Quintin E., Crowell, Dennis, Pedrick, Laura, Berndt, Patricia (2006). TV characters at work: Television's role in the occupational aspirations of economically disadvantaged youths. *Journal of Career Development*. Volume 33, Issue 1. S. 3-18.
- Holtz-Bacha, Christina; Kutsch, Arnulf; Langenbucher, Wolfgang; Schönbach, Klaus (Hrsg.) (2006): 50 Jahre Publizistik. Publizistik. Sonderheft 5. 2005/2006. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Horton, Donald; Wohl, Richard (1956): „Mass Communication and Para-Social Interaction, Observations on Intimacy at a Distance“, In *Psychiatry* 19, 3, 1956. S. 215-229
- Horton, Donald; Strauss, Anselm (1957): "Interaction in Audience Participation Shows." In *American Journal of Sociology* 62 (6). 579–587.
- Hottner, Florian (2011): TV-Konsum in Abhängigkeit von Zeit und Raum. Eine Mehrebenenanalyse von zeitlichen und regionalen Determinanten der Fernsehnutzungsdauer. In Suckfüll, Monika; Schramm, Holger; Wünsch, Carsten (Hrsg.) (2011): Rezeption und Wirkung in zeitlicher Perspektive. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft/Edition Reinhard Fischer. S. 89-109.
- Hugger, Kai-Uwe (2008): Medienkompetenz. In Sander, Uwe; Gross, Friederike; Hugger, Kai-Uwe (Hrsg.): *Handbuch Medienpädagogik. Neues Kompendium Medienpädagogik*. Wiesbaden: Springer, VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 93-99.
- Hurrelmann, Klaus; Quenzel, Gudrun (2016): Lebensphase Jugend: Eine Einführung in die sozialwissenschaftliche Jugendforschung. *Grundlagentexte Soziologie*. 13. Auflage. Weinheim, Basel, München: Beltz/Juventa.
- Jäckel, Michael (2008): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. 4., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Jick, Thomas (1983): Mixing Qualitative and Quantitative Methods. Triangulation in Action. In van Maanen, John (Hrsg.) (1983): *Qualitative Methodology*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage. S. 135-148.
- JIM-Studien. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (Hrsg.) (1998-2017): Jugend, Information, (Multi-)Media. Basisstudie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland.
- Internationales Zentralinstitut für das Jugend - und Bildungsfernsehen (IZI) (2018): Grunddaten Jugend und Medien 2018. Aktuelle Ergebnisse zur Mediennutzung von Jugendlichen in Deutschland. Zusammengestellt aus verschiedenen deutschen Erhebungen und Studien von Heike vom Orde (IZI) und Dr. Alexandra Durner.  
[https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grundddaten\\_Jugend\\_Medien.pdf](https://www.br-online.de/jugend/izi/deutsch/Grundddaten_Jugend_Medien.pdf)
- Kahler, Taibi (1978): *Transactional Analysis Revisited*. Little Rock, Arkansas: Human Development Publications.
- Karmasin, Matthias; Rath, Matthias; Thomaß, Barbara (Hrsg.) (2014): *Kommunikationswissenschaft als Integrationsdisziplin*. Wiesbaden: Springer.

- Katz, Elihu; Blumler, Jay G.; Gurevitch, Michael (1974): Utilization of Mass Communication by the Individual. In Blumler, Jay G. & Katz, Elihu (Hrsg.) (1974): The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills, London: Sage. S. 19-32.
- Katz, Elihu; Foulkes, David (1962): On the Uses of the Mass Media as 'Escape'. Clarification of a Concept. *Public Opinion Quarterly*, 26. S. 377-388.
- Kavanaugh, Robert D.; Zimmerberg, Betty; Fein, Steven (Hrsg.) (1996): Emotion: Interdisciplinary perspectives. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Kelle, Udo (2007): Die Integration qualitativer und quantitativer Methoden in der empirischen Sozialforschung – Theoretische Grundlagen und methodologische Konzepte. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Keuneke, Susanne (2005): Qualitatives Interview. In Mikos, Lothar; Wegener, Claudia (Hrsg.) (2005): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. S. 254-267.
- Keupp, Heiner (1997): Diskursarena Identität. Lernprozesse in der Identitätsforschung. In Keupp, Heiner; Höfer, Renate (Hrsg.) (1997): Identitätsarbeit heute. Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. S. 11-39.
- Keupp, Heiner; Höfer, Renate (Hrsg.) (1997): Identitätsarbeit heute. Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Keupp, Heiner; Ahbe, Thomas; Gmür, Wolfgang (1999): Identitätskonstruktionen. Das Patchwork der Identitäten in der Spätmoderne. Hamburg: Rowohlt Verlag.
- Keupp, Heiner (2009): Identitätskonstruktionen in der spätmodernen Gesellschaft – Riskante Chancen bei prekären Ressourcen. In Theunert, Helga (Hrsg.) (2009): Jugend - Medien - Identität: Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien.; Beiträge aus Medienpädagogik, Jugendsoziologie, Medienwissenschaft und Psychologie; basiert auf der Tagung "Jugend - Medien - Identität", die am 28.11.2009 vom JFF-Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis in München veranstaltet wurde. München: KoPäd Verlag. S. 53-77.
- King, M. M., & Multon, K. D. (1996). The effects of television role models on the career aspirations of African-American junior high school students. *Journal of Career Development*, 23, 111–125.
- KIM-Studien. Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs) (Hrsg.) (1999-2016): Kinder + Medien. Computer + Internet.. Basisstudie zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland.
- Kleber, Hubert (Hrsg.): Perspektiven der Medienpädagogik in Wissenschaft und Bildungspraxis. München: Kopaed Verlag.
- Klein, William M. (1997): Objective standards are not enough: affective, self-evaluative, and behavioral responses to social comparison information. *Journal of Personality and Social Psychology* 72. S. 763-774.
- Kleining, Gerhard (1995): Lehrbuch Entdeckende Sozialforschung. Bd. 1. Von der Hermeneutik zur qualitativen Heuristik. Weinheim: Beltz, Psychologie Verlags Union.
- Klosinski, Gunther (Hrsg.) (1991): Pubertätsriten. Äquivalente und Defizite in unserer Gesellschaft. Bern, Stuttgart, Toronto: Verlag Hans Huber.
- Koschel, Friederike; Bilandzic, Helena (2004): Erklärt oder verstanden? Zur Kausalität der Handlungserklärung in der empirischen Kommunikationsforschung. In: Wirth, Werner; Lauf, Edmund; Fahr, Andreas (Hrsg.) (2004): Forschungslogik und –design in der Kommunikationswissenschaft. Bd. 1. Einführung, Problematisierungen und Aspekte der Me-

- thodenlogik aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive. Köln: Herbert von Halem Verlag. S. 39-59.
- Krämer, Nicole C. (2008): Soziale Vergleichsprozesse. In Krämer, Nicole C.; Schwan, Stephan; Unz, Dagmar; Suckfüll, Monika (Hrsg.) (2008): Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer. S. 258-164.
- Krämer, Nicole C.; Schwan, Stephan; Unz, Dagmar; Suckfüll, Monika (Hrsg.) (2008): Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer.
- Krippendorff, Klaus: Schritte zu einer konstruktivistischen Erkenntnistheorie der Massenkommunikation. In Bentele, Günter; Rühl, Manfred (Hrsg.) (1993): Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven. München: Ölschläger Verlag. S. 19-51.
- Krotz, Friedrich (2001): Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Krotz, Friedrich (2005a): Handlungstheorien. In Mikos, Lothar; Wegener, Claudia (Hrsg.) (2005): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. S. 40-49.
- Krotz, Friedrich (2005b): Neue Theorien entwickeln. Eine Einführung in die Grounded Theory, die Heuristische Sozialforschung und die Ethnographie anhand von Beispielen aus der Kommunikationsforschung. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Krotz, Friedrich (2007): Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. Wiesbaden: Springer, VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Krüger, Heinz-Hermann; Grunert, Cathleen (Hrsg.) (2002): Handbuch Kindheits- und Jugendforschung. Opladen: Leske und Budrich.
- Kuckartz, Udo (2014): Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung. 2., durchgesehene Auflage. Weinheim und Basel: Beltz Juventa.
- Kübler, Hans-Dieter (1989): Medienforschung zwischen Stagnation und Innovation. Eine Skizze des Diskussionsstandes aus der Sicht qualitativer Forschung. In Baacke, Dieter; Kübler, Hans-Dieter (Hrsg.) (1989): Qualitative Medienforschung. Konzepte und Erprobungen. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Kuhn, Thomas S. (1976): Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen. 2. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Kunczik, Michael (1996): Gewalt und Medien. 3., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag.
- Kutschera, Norbert (2001): Fernsehen im Kontext jugendlicher Lebenswelten. Eine Studie zur Medienrezeption Jugendlicher auf der Grundlage des Ansatzes der kontextuellen Mediatisierung. München: KoPäd Verlag.
- Lakatos, Imre (1974a): Die Geschichte der Wissenschaft und ihre rationalen Rekonstruktionen. Braunschweig: Vieweg.
- Lakatos, Imre (1974b): Falsifikation und die Methodologie wissenschaftlicher Forschungsprogramme. In: Lakatos, Imre; Musgrave, Alan (Hrsg.) (1974): Kritik und Erkenntnisfortschritt. Braunschweig: Vieweg. S. 89-189.
- Lakatos, Imre; Musgrave, Alan (Hrsg.) (1974): Kritik und Erkenntnisfortschritt. Braunschweig: Vieweg.

- Lamnek, Siegfried (2010): *Qualitative Sozialforschung. Lehrbuch*. 5. Auflage. Weinheim: Beltz Verlag.
- Laplanche, Jean; Pontalis Jean-Bertrand (1999): *Das Vokabular der Psychoanalyse*. 15. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Lenk, Hans (Hrsg.) (1971): *Neue Aspekte der Wissenschaftstheorie*. Braunschweig: Vieweg Verlag.
- Lincoln, Yvonna S.; Guba, Egon G. (1985): *Naturalistic Inquiry*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Loosen, Wiebke; Scholl, Armin; Woelke, Jens (2002): Systemtheoretische und konstruktivistische Methodologie. In: Scholl, Armin (Hrsg.) (2002): *Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. S. 37-65.
- LPR Hessen (Hrsg.) (2008): *Gutes Fernsehen – Schlechtes Fernsehen*. Vol. 3. Qualitätsprogramme bei den Privaten im Programmjahr 2006/2007. Dokumentation des 27. Hessischen Gesprächsforum Medien der LPR Hessen in Kooperation mit dem Adolf-Grimme-Institut am 2. Oktober 2007 in Frankfurt am Main. München: Kopaed Verlag.
- Luhmann, Niklas (1981): *Soziologische Aufklärung 3. Soziales System. Gesellschaft. Organisation*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, Niklas (1990): *Soziologische Aufklärung 5, Konstruktivistische Perspektiven*, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Mangold, Roland; Vorderer, Peter; Bente, Gary (Hrsg.) (2004): *Lehrbuch der Medienpsychologie*. Göttingen: Hogrefe Verlag.
- Mares, Marie-Louise; Cantor, Joanne (1992): Elderly Viewers' Responses to Televised Portrayals of Old Age. Empathy and Mood Management versus Social Comparison. *Communication Research*, Vol. 19, Issue 4, 1992. S. 459-478.
- Matthes, Jörg; Wirth, Werner; Fahr, Andreas; Daschmann, Gregor (Hrsg.) (2008): *Die Brücke zwischen Theorie und Empirie: Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft. Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft. Bd. 3*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Maturana, Humberto R.; Varela, Francisco J (1987): *Der Baum der Erkenntnis. Die biologischen Wurzeln menschlichen Erkennens*. Bern, München, Wien: Scherz Verlag.
- Mayring, Philipp (2002): *Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken*. 5., überarbeitete und neu ausgestattete Auflage. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- McQuail, Denis (1985): Gratifications Research and Media Theory. Many Models or One? In: Rosengren, Karl E., Wenner, Lawrence A.; Palmgreen, Philip (Hrsg.) (1985): *Media Gratifications Research. Current Perspectives*. Beverly Hills, London, New Delhi: Sage. S. 149-167.
- Mead, George H. (1934): *Mind, Self and Society*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mendl, H (2005): H. Mendl, Lernen an (außer)gewöhnlichen Biografien. *Religionspädagogische Anregungen für die Unterrichtspraxis*, : Auer Verlag. S. 38–41.
- Merten, Klaus (1984): Vom Nutzen des „Uses and Gratifications Approach“. *Anmerkungen zu Palmgreen*. *Rundfunk und Fernsehen*, 32. S. 66-72.
- Merten, Klaus; Schmidt, Siegfried J.; Weischenberg, Siegfried (Hrsg.) (1994): *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Meyen, Michael; Löblich, Maria; Pfaff-Rüdiger, Senta; Riesmeyer, Claudia (2011): *Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mikos, Lothar (2005): *Alltag und Mediatisierung*. In Mikos, Lothar; Wegener, Claudia (Hrsg.) (2005): *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. S. 80-94.
- Mikos, Lothar (2005a): *Alltag und Mediatisierung*. In Mikos, Lothar; Wegener, Claudia (Hrsg.) (2005): *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. S. 80-93.
- Mikos, Lothar; Wegener, Claudia (2005a): *Einleitung*. In dies. (2005): *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. S. 10-18.
- Mikos, Lothar; Wegener, Claudia (Hrsg.) (2005): *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Mikos, Lothar; Hoffmann, Dagmar, Winter Rainer (Hrsg.) (2009): *Einleitung*. In dies. (2009): *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*. 2. Auflage. Weinheim und München: Juventa Verlag. S. 7-20.
- Mikos, Lothar; Hoffmann, Dagmar, Winter Rainer (Hrsg.) (2009): *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*. 2. Auflage. Weinheim und München: Juventa Verlag.
- Miller, Richard L. (1977): *Preferences for social vs. non-social comparisons a means of self-evaluation*. *Journal of Personality* 45. S. 343-355.
- Misoch, Sabina (2009): *Die eigene Homepage als Medium adoleszenter Identitätsarbeit*. In Mikos, Lothar; Hoffmann, Dagmar, Winter Rainer (Hrsg.) (2009): *Mediennutzung, Identität und Identifikationen. Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen*. 2. Auflage. Weinheim und München: Juventa Verlag. S. 163-182.
- Neumann-Braun, Klaus (2000): *Publikumsforschung – im Spannungsfeld von Quotenmessung und handlungstheoretisch orientierter Rezeptionsforschung*. In Neumann-Braun, Klaus; Müller-Dohm (Hrsg.) (2000): *Medien- und Kommunikationssoziologie. Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien*. Weinheim und München: Juventa Verlag. S. 181-220.
- Neumann-Braun, Klaus; Müller-Dohm (Hrsg.) (2000): *Medien- und Kommunikationssoziologie. Eine Einführung in zentrale Begriffe und Theorien*. Weinheim und München: Juventa Verlag.
- Neumann-Braun, Klaus (2005): *Strukturanalytische Rezeptionsforschung*. In Mikos, Lothar; Wegener, Claudia (Hrsg.) (2005): *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. S. 58-66.
- Neverla, Irene (2010): *Medien als Zeitgeber im Alltag: Ein Beitrag zur kultursoziologischen Wirkungsforschung*. In Hartmann, Maren; Hepp, Andreas (Hrsg.) (2010): *Die Mediatisierung der Alltagswelt*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 183-194
- Oerter, Rolf (Hrsg.) (1985): *Lebensbewältigung im Jugendalter*. Weinheim; Deerfield Beach, Fl.: Edition Psychologie, VCH Verlagsgesellschaft.
- Oerter, Rolf; Montada, Leo (Hrsg.) (1987): *Entwicklungspsychologie. Ein Lehrbuch*. 2. völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. München, Weinheim: Psychologie Verlagsunion.
- Palmgreen, Philip; Rayburn II, Jay D. (1982): *Gratifications Sought and Media Exposure: An Expectancy Value Model*. *Communication Research*, 9. S. 561-580.

- Palmgreen, Philip; Rayburn II, Jay D. (1985): A Comparison of Gratification Models of Media Satisfaction. *Communication Monographs*, 52. S. 334-346.
- Palmgreen, Philip, Wenner, Lawrence A.; Rosengren, Karl E. (1985): Uses and Gratifications Research. The Past Ten Years. In Rosengren, Karl E., Wenner, Lawrence A.; Palmgreen, Philip (Hrsg.): *Media Gratifications Research. Current Perspectives*. Beverly Hills, London, New Delhi: Sage. S. 11-37.
- Paus-Haase, Ingrid (Hrsg.) (1992): *Neue Helden für die Kleinen. Das (un)heimliche Kinderprogramm des Fernsehens*. 2. Überarbeitete Auflage. Münster, Hamburg: Lit Verlag.
- Paus-Haase, Ingrid (1998): *Heldenbilder im Fernsehen. Eine Untersuchung zur Symbolik von Serienfavoriten in Kindergarten, Peer-Group und Kinderfreundschaften*. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Paus-Haase, Ingrid (2000): Medienrezeptionsforschung mit Kindern – Prämissen und Vorgehensweisen. Das Modell der Triangulation, in dies. und Bernd Schorb (Hrsg.) (2000): *Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. Theorie und Methoden. Ein Arbeitsbuch*. München: KoPäd Verlag. S. 15-32.
- Paus-Haase, Ingrid; Schorb, Bernd (Hrsg.) (2000): *Qualitative Kinder- und Jugendmedienforschung. Theorie und Methoden. Ein Arbeitsbuch*. München: KoPäd Verlag.
- Paus-Hasebrink, Ingrid (2005a): Grundsätzliche Überlegungen zu 'neuen Denkwerkzeugen' in der Jugend(medien)forschung. In Kleber, Hubert (Hrsg.): *Perspektiven der Medienpädagogik in Wissenschaft und Bildungspraxis*. München: Kopaed Verlag. S. 74-85.
- Paus-Hasebrink, Ingrid (2005b): *Kinder- und Jugendforschung*. In Mikos, Lothar; Wegener, Claudia (Hrsg.) (2005): *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. S. 222-
231. Perse, Elizabeth M.; Rubin Alan M.; Powell, Robert A. (1985): LONELINESS, PARASOCIAL INTERACTION, AND LOCAL TELEVISION NEWS VIEWING. *Human Communication Research*. Volume 12, Issue 2. December 1985. S. 155–180.
- Pfadenhauer, Michaela (2009): Identitätsbildung in juvenilen Geselligkeiten? Über Leben und Lernen in Szenen. In Theunert, Helga (Hrsg.) (2009): *Jugend - Medien - Identität: Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien.; Beiträge aus Medienpädagogik, Jugendsoziologie, Medienwissenschaft und Psychologie; basiert auf der Tagung "Jugend - Medien - Identität", die am 28.11.2009 vom JFF-Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis in München veranstaltet wurde*. München: KoPäd Verlag.
- Piaget, Jean: *Das Erwachen der Intelligenz beim Kinde*. Übersetzt von Hans Aebli. *Gesammelte Werke*. Bd. L. Studienausgabe. Stuttgart: Klett Verlag.
- Pinker, Steven (2011): *Denken. Wie das Denken im Kopf entsteht*. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Prommer, Elisabeth; Mikos, Lothar (2005): *Rezeptionsforschung*. In Mikos, Lothar; Wegener, Claudia (Hrsg.) (2005): *Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. S. 193-199.
- Popper, Karl-Raimund (1969): *Die Logik der Sozialwissenschaften*. In Adorno, Theodor W.; Albert, Hans; Dahrendorf, Ralf; Habermas, Jürgen; Pilot, Harald; Popper, Karl-Raimund (Hrsg.) (1969): *Der Positivismusstreit in der deutschen Soziologie*. Neuwied, Berlin: Luchterhand Verlag. S. 103-124.
- Popper, Karl Raimund (2001): *Logik der Forschung*. 10. Auflage (zuerst 1935). Tübingen: Mohr Siebeck.

- Raible, Wolfgang; et al (Hrsg.) (1987ff.): Schriftenreihe >>SkriptOralia<< des DFG-Sonderforschungsbereichs >>Mündlichkeit – Schriftlichkeit << an der Universität Freiburg im Breisgau. Tübingen:
- Rautenberg, Werner; Rogoll, Rüdiger (2010): Werde, der du werden kannst. Persönlichkeitsentfaltung durch Transaktionsanalyse. 18. Auflage. Freiburg, Basel, Wien: Herder Verlag.
- Rayburn II, Jay D.; Palmgreen, Philip (1984): Merging Uses and Gratifications and Expectancy-Value Theory. *Communication Research*, 11. S. 537-562.
- Renckstorf, Karsten (1977): Neue Perspektiven in der Massenkommunikationsforschung. Beiträge zur Begründung eines alternativen Forschungsansatzes. Berlin: Spiess.
- Renckstorf, Karsten (1989): Mediennutzung als soziales Handeln. Zur Entwicklung einer handlungstheoretischen Perspektive der empirischen (Massen-) Kommunikationsforschung. In Kaase, Max & Schulz, Winfried (Hrsg.) (1989): *Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde*. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 314-336.
- Rice, Ronald E.; Atkin, Charles (Hrsg.) (1989): *Public communication campaigns*. Beverly Hills/London: Sage.
- Richardson, John T.E. (Hrsg.): *Handbook of Qualitative Research Methods for Psychology and the Social Sciences*. Leicester: BPS-Books.
- Riegas, Volker; Vetter, Christian (1990): Gespräch mit Humberto R. Maturana. In Riegas, Volker; Vetter, Christian (Hrsg.) (1990): *Zur Biologie der Kognition. Ein Gespräch mit Humberto R. Maturana und Beiträge zur Diskussion seines Werkes*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. S. 11-90.
- Riegas, Volker; Vetter, Christian (Hrsg.) (1990): *Zur Biologie der Kognition. Ein Gespräch mit Humberto R. Maturana und Beiträge zur Diskussion seines Werkes*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Riley, Matilda W.; Riley, James W. (1951): A Sociological Approach to Communication Research. *Public Opinion Quarterly*, 15. S. 444-450.
- Röll, Franz (1998): *Mythen und Symbole in populären Medien. Der wahrnehmungsorientierte Ansatz in der Medienpädagogik*. Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik: Frankfurt am Main.
- Rogge, Jan-Uwe (2007): Kinder brauchen Helden. Einige Gedanken. In *TELEVIZION* 20/2007/2.
- Rosengren, Karl E. (1974): Uses and Gratifications. A Paradigm Outlined. In Blumler, Jay G.; Katz, Elihu (Hrsg.) (1974): *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills, London: Sage. S. 269-286.
- Rosengren, Karl E., Wenner, Lawrence A.; Palmgreen, Philip (Hrsg.) (1985): *Media Gratifications Research. Current Perspectives*. Beverly Hills, London, New Delhi: Sage.
- Rummel, Nikol (2008): Medienpsychologische Aspekte der sozial-kognitiven Lerntheorie. In Krämer, Nicole C.; Schwan, Stephan; Unz, Dagmar; Suckfüll, Monika (Hrsg.) (2008): *Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte*. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer. S. 264-268.
- Sander, Ekkehard; Mayr-Kleffel, Verena; Barthelmes, Jürgen (1992): *Medienerfahrungen von Jugendlichen in Familie und Peer-Groups. Ergebnisse der Pilotstudie 1991*. München:



- Sander, Ekkehard (2001): Common Culture und neues Generationenverhältnis. Die Medienerfahrungen jüngerer Jugendlicher und ihrer Eltern im empirischen Vergleich. Medienerfahrungen von Jugendlichen, Band 3. München:
- Sander, Ekkehard; Lange, Andreas (2005): Der medienbiographische Ansatz. In Mikos, Lothar; Wegener, Claudia (Hrsg.) (2005): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. S. 115-129.
- Sander, Uwe; Vollbrecht, Ralf (Hrsg.) (2000): Jugend im 20. Jahrhundert. Sichtweisen - Orientierungen – Risiken. Neuwied, Kriftel, Berlin: Hermann Luchterhand Verlag GmbH.
- Saxer, Ulrich; Bonfadelli, Heinz; Hättenschwiler, Walter (1975): Die Massenmedien im Leben der Schüler. Ergebnisse einer Untersuchung im Kanton Zürich. In Sturm, Hertha; Grewe-Partsch, Marianne; Saxer, Ulrich; Bonfadelli, Heinz; Hättenschwiler, Walter; Ammann, Georges; Doelker, Christian (Hrsg.) (2017): Grundlagen einer Medienpädagogik: Zweitveröffentlichung aus: Grundlagen einer Medienpädagogik. (1979). Zürcher Beiträge zur Medienpädagogik. Zug: Klett & Balmer.
- Saxer, Ulrich (1995): Von wissenschaftlichen Gegenständen und Disziplinen und den Kardinalsünden der Zeitungs-, Publizistik-, Medien-, Kommunikationswissenschaft. In Schneider, Beate; Reumann, Kurt; Schiwy, Peter (Hrsg.) (1995): Publizistik. Beiträge zur Medienentwicklung. Festschrift für Walter J. Schütz. Konstanz: UVK. S. 39-55.
- Schächter, Markus (Hrsg.) (2001): Reiche Kindheit aus zweiter Hand?: Medienkinder zwischen Fernsehen und internet / Medienpädagogische Tagung des ZDF 2000. München: Kopaed Verlag.
- Schell, Fred; Stolzenburg, Elke; Theunert, Helga (Hrsg.) (1999): Medienkompetenz: Grundlagen und pädagogisches Handeln. Schriftenreihe Reihe Medienpädagogik. Band 11. München: Kopaed Verlag.
- Schiff, Jaqui L.; Schiff, Aaron W.; Schiff, Eric (1975a): Frames of Reference. Transactional Analyses Journal, 5. S. 290-294.
- Schiff, Jaqui L. (Hrsg.), in Zusammenarbeit mit Schiff, Aaron W.; Mellor, Ken; Schiff, Eric; Schiff, Shea; Richman, David; Fishman, Joel; Woltz, Linda; Fishman, Cheryl; Momb, Diane (1975b): Cathexis Reader. Transactional Analysis Treatment of Psychosis. New York: Harper and Row.
- Schlegel, Leonhard (1995): Die transaktionale Analyse. Eine Psychotherapie, die kognitive und tiefenpsychologische Gesichtspunkte kreativ miteinander verbindet. 4., völlig überarbeitete Auflage. Tübingen und Basel: Francke Verlag.
- Schmidt, Axel; Neumann-Braun, Klaus (2003): Kommunikativer Mediengebrauch in der Peer-Group und seine Relevanz für Bildungsprozesse – ein Fallbeispiel aus einer ethnographisch-gesprächsanalytischen Untersuchung. In Hengst, Heinz; Kelle, Helga (Hrsg.) (2003): Kinder - Körper – Identitäten. Theoretische und empirische Annäherungen an kulturelle Praxis und sozialen Wandel. Weinheim und München: Juventa Verlag. S. 267-290.
- Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.) (1992): Kognition und Gesellschaft, Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus 2. 2. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Schmidt, Siegfried J. (1992): Radikaler Konstruktivismus. Forschungsperspektiven für die 90er Jahre. In Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.) (1992): Kognition und Gesellschaft, Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus 2. 2. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. S. 7-23.
- Schmidt, Siegfried J. (1993): Kommunikation – Kognition – Wirklichkeit. In Bentele, Günter; Rühl, Manfred (Hrsg.) (1993): Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder, Positionen, Perspektiven. München: Ölschläger Verlag. S. 105-117.

- Schmidt, Siegfried J. (Hrsg) (1994): Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus. 6. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Schmidt, Siegfried J. (1994a): Der Radikale Konstruktivismus: Ein neues Paradigma im interdisziplinären Diskurs. In Schmidt, Siegfried J. (Hrsg) (1994): Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus. 6. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. S. 11-55.
- Schmidt, Siegfried J. (1994b): Die Wirklichkeit des Beobachters. In Merten, Klaus; Schmidt, Siegfried J.; Weischenberg, Siegfried (Hrsg.) (1994): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 3-19.
- Schmidt, Siegfried J. (1994c): Konstruktivismus in der Medienforschung: Konzepte, Kritiken, Konsequenzen. In: Merten, Klaus; Schmidt, Siegfried J.; Weischenberg, Siegfried (Hrsg.) (1994): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 592-623.
- Schneider, Beate; Reumann, Kurt; Schiwy, Peter (Hrsg.) (1995): Publizistik. Beiträge zur Medienentwicklung. Festschrift für Walter J. Schütz. Konstanz: UVK.
- Schnell, Rainer; Hill, Paul B.; Esser, Elke (2005): Methoden der empirischen Sozialforschung. 7., völlig überarbeitete und erweiterte Auflage. München, Wien: R. Oldenbourg Verlag.
- Scholl, Armin (Hrsg.) (2002): Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Schorb, Bernd; Anfang, Günter (1990): Was machen „Airwolf“ und „Knight Rider“ mit ihren jugendlichen Zuschauern? – Eine Untersuchung zweier Fernsehserien und ihre Beurteilung durch Jugendliche. Jahresbericht des Arbeitskreises Jugendschutz der Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten. München:
- Schorb, Bernd; Petersen; Dörte; Swoboda; Wolfgang H. (1992): Wenig Lust auf starke Kämpfer. Zeichentrickserien und Kinder. Unter Mitarbeit von Helga Theunert und Petra Best. Erstellt vom Institut Jugend Film und Fernsehen (JFF) im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). BLM Schriftenreihe Band 19. München: Reinhard Fischer Verlag.
- Schorb, Bernd; Theunert, Helga (Hrsg.) (2000): „Ein bisschen wählen dürfen ...“. Jugend – Politik – Fernsehen. Eine Untersuchung zur Rezeption von Fernsehinformation durch 12- bis 17-Jährige. München:
- Schorb, Bernd (2009): Mediale Identitätsarbeit. Zwischen Realität, Experiment und Provokation. In Theunert, Helga (Hrsg.) (2009): Jugend - Medien - Identität: Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien.; Beiträge aus Medienpädagogik, Jugendsoziologie, Medienwissenschaft und Psychologie; basiert auf der Tagung "Jugend - Medien - Identität", die am 28.11.2009 vom JFF-Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis in München veranstaltet wurde. München: KoPäd Verlag. S. 81-93.
- Schorb, Bernd; Theunert, Helga (2010): Sozialisation, Medienaneignung und Medienkompetenz in der mediatisierten Gesellschaft. In Hartmann, Maren; Hepp, Andreas (Hrsg.) (2010): Die Mediatisierung der Alltagswelt. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. S. 243-254.
- Schorr, Angela (Hrsg.) (2000): Publikums-und Wirkungsforschung. Ein Reader. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Schramm, Holger; Hasebrink, Uwe (2004): Fernsehnutzung und Fernsehwirkung. In Mangold, Roland; Vorderer, Peter; Bente, Gary (Hrsg.) (2004): Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen: Hogrefe Verlag. S. 465-492.

- Schramm, Holger (2008): Parasoziale Interaktion (PSI). In Krämer, Nicole C.; Schwan, Stephan; Unz, Dagmar; Suckfüll, Monika (Hrsg.) (2008): Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte. Stuttgart: Verlag W. Kohlhammer. S. 253-258.
- Schramm, Holger; Hartmann, Tilo (2008): Die Messung von parasozialen Interaktionen als mehrdimensionales Konstrukt. Entwicklung und Validierung von PSI-Prozess-Skalen auf Basis des Zwei-Ebenen-Modells parasozialer Interaktionen. In Matthes, Jörg; Wirth, Werner; Fahr, Andreas; Daschmann, Gregor (Hrsg.) (2008): Die Brücke zwischen Theorie und Empirie: Operationalisierung, Messung und Validierung in der Kommunikationswissenschaft. Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft. Bd. 3. Köln: Herbert von Halem Verlag. S. 48-69.
- Schulz, Winfried (1982): Ausblick am Ende des Holzwegs. Eine Übersicht über die Ansätze der neuen Wirkungsforschung. Publizistik, 37 (1-2). S. 49-73.
- Schulz, Winfried (Hrsg.) (1992): Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft. Untersuchungen im Schwerpunktprogramm „Publizistische Medienwirkungen“. Weinheim: VCH Verlagsgesellschaft.
- Schulze, Gerhard (1992): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt: Campus Verlag.
- Schwab, Frank (2008a): Spannung. In Krämer, Nicole C.; Schwan, Stephan; Unz, Dagmar; Suckfüll, Monika (Hrsg.) (2008): Medienpsychologie, Schlüsselbegriffe und Konzepte, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart, S. 235-242.
- Schwab, Frank (2008b): Excitation Transfer. In Krämer, Nicole C.; Schwan, Stephan; Unz, Dagmar; Suckfüll, Monika (Hrsg.) (2008): Medienpsychologie, Schlüsselbegriffe und Konzepte, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart, S. 223-228.
- Schwab, Frank (2008c): Unterhaltung. In Krämer, Nicole C.; Schwan, Stephan; Unz, Dagmar; Suckfüll, Monika (Hrsg.) (2008): Medienpsychologie. Schlüsselbegriffe und Konzepte. Verlag W. Kohlhammer: Stuttgart. S. 242-248.
- Schweiger, Wolfgang (2007): Theorien der Mediennutzung, Eine Einführung. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schweiger, Wolfgang; Rademacher, Patrick; Grabmüller, Birgit (2009): Womit befassen sich kommunikationswissenschaftliche Abschlussarbeiten? Eine Inhaltsanalyse von DGPK-TRANSFER als Beitrag zur Selbstverständnisdebatte. In Publizistik (2009) 54. S. 533-552.
- Deutsche Shell (Hg.): Shell Jugendstudien (1953-2015):
- Albert, Mathias; Hurrelmann, Klaus; Quenzel, Gudrun (2015): 17. Shell Jugendstudie. Jugend 2015. Frankfurt/Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Albert, Mathias; Hurrelmann, Klaus; Quenzel, Gudrun (2010): 16. Shell Jugendstudie. Jugend 2010. Frankfurt/Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Albert, Mathias; Hurrelmann, Klaus (2002). 15. Shell Jugendstudie: Eine pragmatische Generation unter Druck. Frankfurt/Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Alle Studien bis 2002: Deutsche Shell (Hg.): 50 Jahre Shell Jugendstudie. 100 Jahre Shell in Deutschland. Vom Fräuleinwunder bis zu neuen Machern. Berlin: Ullstein Verlag 2002..
- Six, Ulrike; Gleich, Uli (2000): Sozio-emotionale und kognitive Reaktionen auf Ereignisszenarien mit TV-Personen. Ein Experiment zur parasozialen Beziehung. In Schorr, Angela (Hrsg.) (2000): Publikums- und Wirkungsforschung. Ein Reader. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 363-383.

- Solms, Mark; Turnbull, Oliver (2007): Das Gehirn und die innere Welt. Neurowissenschaften und Psychoanalyse. Paperback-Ausgabe. Düsseldorf: Patmos Verlag.
- Stamm, Margrit (2008): Vorbilder Jugendlicher aus pädagogischer Sicht, <http://margritstamm.ch/dokumente/online-publikationen/147-vorbilder-jugendlicher-aus-paedagogischer-sicht-2008/file.html>  
auch erschienen in Bizer Christoph; Englert, Rudolf (Hrsg.) (2008): Sehnsucht nach Orientierung. Vorbilder im Religionsunterricht, Jahrbuch der Religionspädagogik, Band 24. Neukirchen: Neukirchener Verlagsgesellschaft, S. 45-54.
- Stegmüller, Wolfgang (1971): Das Problem der Induktion: Humes Herausforderung und moderne Antworten. In Lenk, Hans (Hrsg.) (1971): Neue Aspekte der Wissenschaftstheorie. Braunschweig: Vieweg Verlag. S. 13-74.
- Stegmüller, Wolfgang (1973): Probleme und Resultate der Wissenschaftstheorie und Analytischen Philosophie. Bd. 2, 2. HB: Theorienstrukturen und Theoriendynamik. Berlin, Heidelberg, New York: Springer Verlag.
- Steininger, Christian; Hummel, Roman (2015): Wissenschaftstheorie in der Kommunikationswissenschaft. Berlin/Boston: Walter de Gruyter.
- Stewart, Ian; Joines; Vann (2002): Die Transaktionsanalyse. Eine Einführung. 2. Auflage. Freiburg im Breisgau: Herder Verlag.
- Strange, Jeffrey J. (1996): Leben in Bildschirmwelten – Formen der narrativen Involviertheit. In Vorderer, Peter (Hrsg.) (1996): Fernsehen als „Beziehungskiste“. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 173-180.
- Straus, Florian; Höfer, Renate (1997): Entwicklungslinien alltäglicher Identitätsarbeit. In Keupp, Heiner; Höfer, Renate (Hrsg.) (1997): Identitätsarbeit heute. Klassische und aktuelle Perspektiven der Identitätsforschung. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. S. 270-307.
- Sturm, Hertha; Grewe-Partsch, Marianne; Saxer, Ulrich; Bonfadelli, Heinz; Hättenschwiler, Walter; Ammann, Georges; Doelker, Christian (Hrsg.) (2017): Grundlagen einer Medienpädagogik: Zweitveröffentlichung aus: Grundlagen einer Medienpädagogik. (1979). Zürcher Beiträge zur Medienpädagogik. Zug: Klett & Balmer.
- Suckfüll, Monika; Schramm, Holger; Wünsch, Carsten (Hrsg.) (2011): Rezeption und Wirkung in zeitlicher Perspektive. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft/Edition Reinhard Fischer.
- Tashakkori, Abbas; Teddlie, Charles (Hrsg.) (2003a): Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research. Thousand Oaks: Sage.
- Tashakkori, Abbas; Teddlie, Charles (2003b): Major Issues and Controversies in the Use of Mixed Methods in Social and Behavioral Research. In: Abbas Tashakkori/Charles Teddlie (Hrsg.): Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research. Thousand Oaks: Sage, S. 3-50.
- Teichert, Will (1972): Fernsehen als soziales Handeln. Rundfunk und Fernsehen, 20. S. 421-439.
- Theunert, Helga (Hrsg.) (1993): „Einsame Wölfe“ und „Schöne Bräute“. Was Mädchen und Jungen in Cartoons finden. München:
- Theunert, Helga; Schorb, Bernd (Hrsg.) (1996): Begleiter der Kindheit. Zeichentrick und die Rezeption durch Kinder. Erstellt im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien. BLM-Schriftenreihe Band 37. München: Reinhard Fischer Verlag.
- Theunert, Helga; Gebel, Christa (Hrsg.) (2000): Lehrstücke fürs Leben in Fortsetzung. Serienrezeption zwischen Kindheit und Jugend. Erstellt im Auftrag der Bayerischen Landes-

- zentrale für neue Medien. BLM-Schriftenreihe Band 63. München: Verlag Reinhard Fischer.
- Theunert, Helga; Wagner, Ulrike (Hrsg.) (2002): Medienkonvergenz: Angebot und Nutzung. Eine Fachdiskussion veranstaltet von BLM und ZDF. BLM-Schriftenreihe. Band 70. München: Verlag Reinhard Fischer.
- Theunert, Helga (Hrsg.) (2006): Bilderwelten im Kopf: Interdisziplinäre Zugänge (Interdisziplinäre Diskurse). Beiträge aus Medienpädagogik, Neurowissenschaft, pädagogischer Psychologie, Entwicklungspsychologie, Linguistik, Jugendmedienschutz, Schulpädagogik. München: Kopaed Verlag.
- Theunert, Helga (Hrsg.) (2009): Jugend - Medien - Identität: Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien.; Beiträge aus Medienpädagogik, Jugendsoziologie, Medienwissenschaft und Psychologie; basiert auf der Tagung "Jugend - Medien - Identität", die am 28.11.2009 vom JFF-Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis in München veranstaltet wurde. München: KoPäd Verlag.
- Theunert, Helga (Hrsg.) (2010): Medien . Bildung . Soziale Ungleichheit. Differenzen und Ressourcen im Mediengebrauch Jugendlicher. Schriftenreihe Interdisziplinäre Diskurse. Band 5. München: Kopaed Verlag.
- Thole, Werner (2002): Jugend, Freizeit, Medien und Kultur. In Krüger, Heinz-Hermann; Grunert, Cathleen (Hrsg.) (2002): Handbuch Kindheits- und Jugendforschung. Opladen: Leske und Budrich. S. 653-684.
- Treumann, Klaus Peter (2005): Triangulation. In: Mikos, Lothar; Wegener, Claudia (Hrsg.) (2005): Qualitative Medienforschung. Ein Handbuch. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. S. 209-221.
- Treumann, Klaus Peter, M., Meister, D., Sander, U., Burkatzki, E., Hagedorn, J., Kämmerer, Strotmann, M. & Wegener, C. (2007): Medienhandeln Jugendlicher. Mediennutzung und Medienkompetenz. Das Bielefelder Medienkompetenzmodell. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften.
- van Maanen, John (Hrsg.) (1983): Qualitative Methodology. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Vitouch, Peter (1993): Fernsehen und Angstbewältigung. Zur Typologie des Zuschauerverhaltens. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- von Glasersfeld, Ernst (1985): Konstruktion der Wirklichkeit und des Begriffs der Objektivität. In Gumin; Heinz; Mohler, Armin (Hrsg.) (1985): Einführung in den Konstruktivismus. Schriften der Carl Friedrich von Siemens Stiftung. Bd. 10. München: Oldenbourg Verlag. S. 1-26.
- von Glasersfeld, Ernst (1994): Siegener Gespräche über den radikalen Konstruktivismus. In Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.) (1994): Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus. 6. Auflage. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. S. 401-440.
- von Weizsäcker, Carl Friedrich (1977): Der Garten des Menschlichen. Beiträge zur geschichtlichen Anthropologie. München, Wien: Hanser Verlag.
- Vorderer, Peter (1992): Fernsehen als Handlung. Fernsehfilmrezeption aus motivationspsychologischer Perspektive. Berlin: Edition Sigma.
- Vorderer, Peter (Hrsg.) (1996): Fernsehen als „Beziehungskiste“. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Vorderer, Peter, Wulff, Hans J.; Friedrichsen, Mike (Hrsg.) (1996): Suspense: Conceptualizations, theoretical analyses, and empirical explorations. Mahwah, NJ: Erlbaum.

- Vorderer, Peter (1997): Action, Spannung, Rezeptionsgenuß. In Charlton, Michael; Schneider, Silvia (1997): Rezeptionsforschung, Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 241-253.
- Vorderer, Peter; Klimmt, Christoph; Hartmann, Tilo (2006): Interdisziplinarität. Holtz-Bacha, Christina; Kutsch, Arnulf; Langenbacher, Wolfgang; Schönbach, Klaus (Hrsg.) (2006): 50 Jahre Publizistik. Publizistik. Sonderheft 5. 2005/2006. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften. S. 301-314.
- Wagemanns, Christina (2011): „Superhelden“ in Literatur und Film. Magisterarbeit zur Erlangung des Grades Magistra Artium der Philosophischen Fakultät der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. <http://www.mythos-magazin.de>. Publikationsdatum: 04/2011.
- Wagner, Ulrike; Theunert, Helga; Gebel, Christa; Lauber, Achim (2004): Zwischen Verein-nahme und Eigensinn - Konvergenz im Medienalltag Heranwachsender. BLM-Schriftenreihe. Band 74. Baden-Baden München: Nomos Verlagsgesellschaft/Edition Reinhard Fischer.
- Wagner, Ulrike; Theunert, Helga (Hrsg.) (2006): Neue Wege durch die konvergente Medi-enwelt. BLM Schriftenreihe Band 85. München: Verlag Reinhard Fischer.
- Waldmann, Klaus (2000): Stars, Idole, Vorbilder. Was weiß die Jugendforschung? step 21. Initiative für Toleranz und Verantwortung. [http://www.step21.de/fileadmin/content-media/projekte/vorbilder\\_des\\_alltags/PAEDAGOGIK\\_Stars\\_\\_Idole\\_\\_Vorbilder.pdf](http://www.step21.de/fileadmin/content-media/projekte/vorbilder_des_alltags/PAEDAGOGIK_Stars__Idole__Vorbilder.pdf)
- Wegener, Claudia (2008): Medien, Aneignung und Identität. „Stars“ im. Alltag jugendlicher Fans. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2008.
- Weiß, Ralph (2001): Fern-Sehen im Alltag. Zur Sozialpsychologie der Medienrezeption. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Wilhelm, Claudia; Seufert, Wolfgang (2001): Mediennutzung und Zeitverfügbarkeit. In Suck-füll, Monika; Schramm, Holger; Wunsch, Carsten (Hrsg.) (2011): Rezeption und Wirkung in zeitlicher Perspektive. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft/Edition Reinhard Fi-scher. S. 111-128.
- Wills, Thomas A. (1981): Downward comparison principles in social psychology. Psychologi-cal Bulletin, 90. S. 245-271.
- Winter, Rainer (2010): Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und äs-thetischer Prozess. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Wirth, Werner; Lauf, Edmund; Fahr, Andreas (Hrsg.) (2004): Forschungslogik und -design in der Kommunikationswissenschaft. Bd. 1. Einführung, Problematisierungen und Aspekte der Methodenlogik aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Wirth, Werner; Lauf, Edmund; Fahr, Andreas (Hrsg.) (2006): Forschungslogik und -design in der Kommunikationswissenschaft. Bd. 2. Anwendungsfelder in der Kommunikations-wissenschaft. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Würfel, Maren; Keilhauer, Jan (2009): Die konvergente Medienwelt: Materiallieferant und sozialer Raum für die Identitätsarbeit Jugendlicher. In Theunert, Helga (Hrsg.) (2009): Ju-gend - Medien - Identität: Identitätsarbeit Jugendlicher mit und in Medien.; Beiträge aus Medienpädagogik, Jugendsoziologie, Medienwissenschaft und Psychologie; basiert auf der Tagung "Jugend - Medien - Identität", die am 28.11.2009 vom JFF-Institut für Medien-pädagogik in Forschung und Praxis in München veranstaltet wurde. München: KoPäd Ver-lag. S. 95-113.

- Zeitter, Ernst; Kapp, Frieder; Jaiser, Frieder; Scheltwort, Petra (1996): Die „Sprache der Gewalt“ und ihre Wirkungen. Ansätze zur Analyse formaler Darstellungsformen von Gewalt in Fernsehsendungen auf Kinder im Alter von 8 bis 11 Jahren. Herausgegeben von der Landesanstalt für Kommunikation, Stuttgart, Baden-Württemberg. Villingen-Schwenningen: Neckar-Verlag.
- Zillmann, Dolf (1971): Excitation transfer in communication-mediated aggressive behavior. *Journal of Experimental Social Psychology*, 7. S. 419-434.
- Zillmann, Dolf (1980): The entertainment functions of television. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Zillmann, Dolf (1985): The Experimental Exploration of Gratifications from Media Entertainment. In Rosengren, K. E., Wenner, L. A. & Palmgreen, P. (Hrsg.) (1985): *Media Gratifications Research. Current Perspectives*. Beverly Hills, London, New Delhi: Sage. S. 225-239.
- Zillmann, Dolf (1991a): The logic of suspense and mystery. In Bryant, Jennings; Zillmann, Dolf (Hrsg.) (1991): *Responding to the Screen. Reception and Reaction Processes*. Hillsdale, NJ u.a.: Erlbaum. S. 281-303.
- Zillmann, Dolf (1991b): Empathy: Affect From Bearing Witness to the Emotions of Others. In Bryant, Jennings; Zillmann, Dolf (Hrsg.) (1991): *Responding to the Screen. Reception and Reaction Processes*. Hillsdale, NJ u.a.: Erlbaum. S. 135-167.
- Zillmann, Dolf (1996a): The psychology of suspense in dramatic exposition. In Vorderer, Peter, Wulff, Hans J.; Friedrichsen, Mike (Hrsg.) (1996): *Suspense: Conceptualizations, theoretical analyses, and empirical explorations*. Mahwah, NJ: Erlbaum. S. 199-232.
- Zillmann, Dolf (1996b): Sequential dependencies in emotional experience and behavior. In Kavanaugh, Robert D.; Zimmerberg, Betty; Fein, Steven (Hrsg.) (1996): *Emotion: Interdisciplinary perspectives*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum. S. 135-169.
- Zimbardo, Philip G. (1992): *Psychologie*. Berlin Heidelberg: Springer Verlag.

## **9. Eidesstattliche Erklärung**

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit ohne unzulässige Hilfe Dritter und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus anderen Quellen direkt oder indirekt übernommenen Daten und Konzepte sind unter Angabe der Quellen gekennzeichnet. Insbesondere habe ich nicht die entgeltliche Hilfe von Vermittlungs- und Beratungsdiensten in Anspruch genommen.

Karin Lattner



# ***Anhang***

zur Dissertation

## **Jugendliche und ihre Medienhelden**

Eine empirische Studie zur Wahrnehmung von Fernsehhelden  
und Lieblingsserien bei Jugendlichen

Inaugural-Dissertation  
zur Erlangung des Doktorgrades an der Sozialwissenschaftlichen Fakultät  
der Ludwig-Maximilians-Universität München

vorgelegt von  
Karin Lattner

2019

Erstgutachter/in: Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius

Zweitgutachter/in: Prof. Dr. Michael Meyen

Tag der mündlichen Prüfung: 26.06.2019

Der Anhang enthält alle relevanten Materialien und Daten zu dieser Studie, die nicht im Haupttext enthalten sind. Datentabellen, deren wichtigster Inhalt bereits in der Hauptstudie enthalten ist, werden hier nur wiederholt, wenn sie durch wichtiges Datenmaterial ergänzt werden. Tabellen zu Häufigkeiten und Mittelwerten sind daher im Anhang nicht enthalten, da diese Werte ausführlich im Haupttext dargestellt werden. Die statistischen Ergebnistabellen in diesem Anhang konzentrieren sich vor allem auf die Dokumentation der statistischen Tests sowie der Varianz- und Faktorenanalysen.

Die Protokolle zu den Tiefeninterviews sind originalgetreue Abschriften der bei den Interviews aufgenommenen Bänder, lediglich die Namen der Jugendlichen wurden verändert, um jegliche Rückschlüsse auf die teilnehmenden Personen unmöglich zu machen.

## **Inhalt**

Anhang 1: Fragebogen .....	276
Anhang 2: Gesprächsleitfaden.....	281
Anhang 3: Protokolle der Tiefeninterviews.....	285
Protokoll zum Interview mit Maxima.....	285
Protokoll zum Interview mit Felix .....	292
Protokoll zum Interview mit Heidi.....	299
Protokoll zum Interview mit Anita.....	305
Protokoll zum Interview mit Anna.....	312
Protokoll zum Interview mit Robert .....	319
Protokoll zum Interview mit Melina.....	325
Protokoll zum Interview mit Lisa .....	331
Protokoll zum Interview mit Tanja .....	338
Protokoll zum Interview mit Martin .....	344
Protokoll zum Interview mit Benjamin .....	350
Protokoll zum Interview mit Markus .....	356
Protokoll zum Interview mit Jannick.....	363
Protokoll zum Interview mit Jana .....	369
Protokoll zum Interview mit Marie .....	376
Protokoll zum Interview mit Andrea.....	383
Protokoll zum Interview mit Sandro.....	389
Protokoll zum Interview mit Matthias.....	395
Anhang 4: Mind Map Fernseherlebnisse von Jugendlichen .....	402
Überblick: Fragen zu dieser Studie.....	402
Fragen und Hypothesen zu Fragenkomplex 3 im Detail.....	403
Fragen mit Schwerpunkt im schriftlichen Fragebogen.....	404
Fragen mit Schwerpunkt die in der qualitativen Befragung .....	405
Anhang 5: Faktorenanalysen Fragenbatterien .....	406
Stärken von Helden und Jugendlichen im Vergleich .....	406
Eigenschaften von Helden und Jugendlichen im Vergleich.....	407
Verhalten von Helden und Jugendlichen im Vergleich .....	408
Erlebnisse von Helden und Jugendlichen im Vergleich.....	409
Gedanken von Helden und Jugendlichen im Vergleich.....	410
Anhang 6: Ergebnistabellen Befragung.....	411
T-Test: Welche Stärken haben Helden und Jugendliche? .....	411
T-Test: Wie sind Helden und Jugendliche?.....	412
T-Test: Wie verhalten sich Jugendliche und Helden? .....	413

T-Test: Was erleben Jugendliche und Helden? .....	414
T-Test: Was denken Jugendliche und Helden? .....	415
T-Test: Lebenspositionen von Jugendlichen und Helden.....	416
T-Test: Einschärfungen von Jugendlichen und Helden .....	416
T-Test: Antreiber von Jugendlichen und Helden .....	416
T-Test: Stärken von Jugendlichen nach Geschlecht .....	417
T-Test: Stärken von Helden nach Geschlecht.....	418
T-Test: Eigenschaften von Jugendlichen nach Geschlecht.....	419
T-Test: Eigenschaften von Helden nach Geschlecht .....	420
T-Test: Verhalten von Jugendlichen nach Geschlecht .....	421
T-Test: Verhalten von Helden nach Geschlecht.....	422
T-Test: Erlebnisse von Jugendlichen nach Geschlecht.....	423
T-Test: Erlebnisse von Helden nach Geschlecht .....	424
T-Test: Gedanken von Jugendlichen nach Geschlecht.....	425
T-Test: Gedanken von Helden nach Geschlecht.....	426
T-Test: Lebenspositionen von Jugendlichen nach Geschlecht.....	427
T-Test: Lebenspositionen von Helden nach Geschlecht .....	427
T-Test: Einschärfungen von Jugendlichen nach Geschlecht.....	428
T-Test: Einschärfungen von Helden nach Geschlecht .....	428
T-Test: Antreiber von Jugendlichen nach Geschlecht.....	429
T-Test: Antreiber von Helden nach Geschlecht.....	429
Korrelationen zu Persönlichkeitstypen und Problemlösungstypen .....	430
T-Tests zu den Persönlichkeitsvariablen von Jugendlichen und Helden .....	430
T-Tests zu den Persönlichkeitsvariablen von Jugendlichen und Helden nach Geschlecht.....	431
Varianzanalyse: Stärken der Jugendlichen nach Schultyp.....	432
Varianzanalyse: Stärken der Helden nach Schultyp .....	433
Varianzanalyse: Eigenschaften der Jugendlichen nach Schultyp.....	434
Varianzanalyse: Eigenschaften der Helden nach Schultyp .....	436
Varianzanalyse: Verhalten der Jugendlichen nach Schultyp.....	438
Varianzanalyse: Verhalten der Helden nach Schultyp.....	439
Varianzanalyse: Erlebnisse der Jugendlichen nach Schultyp.....	440
Varianzanalyse: Erlebnisse der Helden nach Schultyp .....	442
Varianzanalyse: Gedanken der Jugendlichen nach Schultyp.....	444
Varianzanalyse: Gedanken der Helden nach Schultyp .....	446
Eidesstattliche Erklärung .....	448

## Anhang 1: Fragebogen

### Fragebogen: Lieblingsserien und Lieblingshelden

#### 1. Geschlecht

Bitte trage hier Dein Geschlecht und Dein Alter ein:

(1) ☐ oder (2) ☐

Mädchen Junge

#### 2. Alter

Jahre

#### 3. Schultyp

#### 4. Jahrgangsstufe

Bitte trage hier Schultyp und die Jahrgangsstufe ein:

Schultyp

Jahrgangsstufe

#### 5. Wie oft siehst Du in einer normalen Woche fern?

(fast) täglich ☐ (1)

4-5x pro Woche ☐ (2)

2-3x pro Woche ☐ (3)

weniger als 2x pro Woche ☐ (4)

#### 6. Warum siehst Du gerne fern?

Ich sehe fern ...

	1 Sehr gern	2 Gern	3 Weni- ger gern	4 Gar nicht gern
a) weil wir das gemeinsam tun	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) um eine bestimmte Sendung zu sehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) einfach zum Zeitvertreib	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) weil es schön ist, fern zu sehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) weil ich abschalten kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) weil ich etwas Neues erfahre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### 7. Wie oft siehst Du diese Sender?

Ich sehe ...

	1 Fast täglich	2 4-5x pro Woche	3 2-3x pro Woche	4 weniger als 2x pro Woche
a) ARD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) ZDF	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) RTL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) SAT 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) PRO 7	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) VOX	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Super RTL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Kabel 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) RTL 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) andere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### 8. Was gefällt Dir besonders am Fernsehen?

Mir gefällt besonders:

	1 Sehr gut	2 Gut	3 Weni- ger gut	4 Gar nicht gut
a) Spannung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) vertraute Personen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) dabei zu sein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) sich darüber unterhalten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) mitfiebern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) nichts tun müssen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) etwas erleben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) den Alltag vergessen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Vorbilder und Helden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### 9. Wie häufig siehst Du folgende Arten von Fernsehsendungen?

Ich sehe ...

	1 häufig	2 gele- gentlich	3 selten	4 nie
a) tägliche Serien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Quizsendungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Zeichentrick	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Spielfilme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Magazine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Sportsendungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Nachrichten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Dokumentationen/Reportagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Reality TV/Doku Soaps	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Comedys/Sitcoms	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Unterhaltungsshow	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) Talkshows	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) wöchentliche Serien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### 10. Mit wem siehst Du gerne fern?

Ich sehe gerne fern...

	1 Sehr gern	2 Gern	3 Weni- ger gern	4 Gar nicht gern
a) alleine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) mit Freunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) mit den Eltern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) mit Geschwistern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 11. Wie gefallen Dir diese Themen in Serien?

Mir gefällt ...	1 Sehr gut	2 Gut	3 Weni- ger gut	4 Gar Nicht gut
a) Arzt/Krankenhaus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Recht/Gericht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Science Fiction/Mystery	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Abenteuer/Action	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Natur/Tiere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Liebe/Beziehung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Krimi/Thriller	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Familie/Freunde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Kampf/Wettbewerb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Grusel/Horror	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Mir gefällt außerdem:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 12. Wann siehst Du gerne fern, wenn es möglich ist?

Ich sehe fern ...	1 Sehr gerne	2 Gerne	3 Weni- ger gerne	4 Gar Nicht gerne
a) morgens, vormittags	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) nach der Schule, nachmittags	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) abends	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) am Wochenende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) nachts	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) egal wann, nebenbei	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 13. Mit wem redest Du über Fernsehen?

Ich rede mit ...	1 Sehr gerne	2 Gerne	3 Weni- ger gerne	4 Gar nicht gerne
a) mit Freunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) mit meinen Geschwistern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) mit den Eltern oder Großeltern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) mit Schulkameraden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) mit niemandem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) mit Lehrern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) mit anderen Fans meiner Lieblingssendungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 14. Wie sehr gefallen Dir solche Personen oder Helden in Serien?

Mir gefallen ...	1 Sehr gut	2 Gut	3 Weni- ger gut	4 Gar Nicht gut
a) Jugendliche wie ich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) starke Kämpfer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Familien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Kinder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) weise Magier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Ausserirdische, Aliens	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Erwachsene	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Tiere, Fabelwesen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) fremde Völker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Monster, Bösewichte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Mir gefallen außerdem:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 15. Was gefällt Dir an Deinen Lieblingshelden besonders gut?

Mir gefällt ...	1 Sehr gut	2 Gut	3 Weni- ger gut	4 Gar Nicht gut
a) ihre Stärke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) wie sie Probleme lösen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) wie sie anderen helfen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) dass sie sich durchsetzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) ihre Intelligenz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) dass sie Grenzen überwinden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) wie sie schwierige Situationen meistern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) dass andere sie mögen und auf sie zugehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) dass sie sich anpassen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) wie sie mit anderen verhandeln und Zugeständnisse machen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) dass sie andere übertreffen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) wie sicher sie sind	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) wie sie sich selbst vertrauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) dass sie andere lenken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o) Mir gefällt außerdem:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



### 16. Was davon kannst Du besonders gut?

Ich kann ...

	1 Sehr gut	2 Gut	3 Weni- ger gut	4 Gar Nicht gut
a) stark sein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Probleme lösen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) anderen helfen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) mich durchsetzen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) intelligent sein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Grenzen überwinden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) schwierige Situationen meistern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) andere für mich begeistern und auf sie zugehen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) mich anpassen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) mit anderen verhandeln und Zugeständnisse machen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) andere übertreffen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) sicher sein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) mir selbst vertrauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) andere lenken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o) Ich kann außerdem:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 17. Was willst Du beim Fernsehen gerne erleben?

Ich möchte ...

	1 Sehr gerne	2 Gerne	3 Weni- ger gerne	4 Gar Nicht gerne
a) Glücksgefühle erleben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Spannung erleben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) in andere Welten tauchen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) mich stark fühlen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) mich ausruhen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Abenteuer erleben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Feinde besiegen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Freunde finden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) mitfiebern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Fremdes kennen lernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) andere sehen, die denken wie ich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) Aggressionen loswerden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) etwas erleben, das es im normalen Leben nicht gibt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) Gerechtigkeit erleben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 18. Wie sind Deine Lieblingshelden?

Sie ...

	1 immer	2 oft	3 selten	4 nie
a) sind nett und freundlich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) sind stark und sicher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) sind beliebt bei allen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) werden bewundert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) brauchen niemanden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) wissen über alles Bescheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) können sich wehren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) haben Freunde, mit denen sie über alles reden können	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) sind besser als andere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) zeigen anderen, wo es lang geht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) lassen sich nicht unterkriegen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) machen keine Fehler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) werden nicht ungerecht behandelt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) erreichen ihre Ziele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o) werden verstanden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 19. Wie bist Du in ähnlichen Situationen?

Ich ...

	1 immer	2 oft	3 selten	4 nie
a) bin nett und freundlich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) bin stark und sicher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) bin beliebt bei allen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) werde bewundert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) brauche niemanden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) weiß über alles Bescheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) kann mich wehren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) habe Freunde, mit denen ich über alles reden kann	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) bin besser als andere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) zeige anderen, wo's lang geht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) lasse mich nicht unterkriegen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) mache keine Fehler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) werde nicht ungerecht behandelt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) erreiche meine Ziele	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o) werde verstanden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



## 20. Wie verhalten sich Deine Helden bei Problemen?

Sie ...

	1 immer	2 oft	3 selten	4 nie
a) reden mit anderen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) kämpfen mit ihren Gegnern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) kennen die Lösung vorher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) finden einen Mittelweg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) hören auch auf andere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) regeln alles sofort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) tun was die anderen wollen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) sagen laut ihre Meinung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) sind schlauer als andere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) hauen auf den Tisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) machen ihre Feinde fertig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) können gut zuhören	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) nehmen Rücksicht auf andere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) setzen sich durch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o) schlagen zu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 21. Wie verhältst Du Dich bei Problemen?

Ich ...

	1 immer	2 oft	3 selten	4 nie
a) rede mit anderen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) kämpfe mit meinen Gegnern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) kenne die Lösung vorher	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) finde einen Mittelweg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) höre auch auf andere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) regle alles sofort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) tue was die anderen wollen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) sage laut meine Meinung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) bin schlauer als andere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) haue auf den Tisch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) mache meine Feinde fertig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) kann gut zuhören	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) nehme Rücksicht auf andere	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) setze mich durch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o) schlage zu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 22. Welche Dinge erleben Deine Helden immer wieder?

Sie ...

	1 immer	2 oft	3 selten	4 nie
a) sind einsam	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) werden von anderen betrogen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) werden gelobt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) sind am Ende glücklich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) werden zu Unrecht bestraft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) sind die strahlenden Sieger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) verlieren die Geduld	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) haben viele böse Feinde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) bemühen sich vergeblich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) erleben Ungerechtigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) können nichts richtig machen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) decken Gemeinheiten auf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) werden von anderen verfolgt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) müssen sich rechtfertigen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o) müssen andere belehren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
p) stehen vor großen Aufgaben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 23. Was erlebst Du in Deinem Leben immer wieder?

Ich...

	1 immer	2 oft	3 selten	4 nie
a) bin einsam	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) werde von anderen betrogen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) werde gelobt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) bin am Ende glücklich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) werde zu Unrecht bestraft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) bin der strahlende Sieger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) verliere die Geduld	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) habe viele böse Feinde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) bemühe mich vergeblich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) erlebe Ungerechtigkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) kann nichts richtig machen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) decke Gemeinheiten auf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) werde von anderen verfolgt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) muss mich rechtfertigen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o) muss andere belehren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
p) stehe vor großen Aufgaben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 24. Was glaubst Du, denken Deine Helden über sich und das Leben?

Sie denken:

	1 immer	2 oft	3 selten	4 nie
a) Ich bin der/die Beste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Man hat es nicht leicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Vertraue niemandem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Ich muss anderen helfen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Man ist nie gut genug	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Es gibt für alles eine Lösung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Man muss Leistung bringen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Zuneigung muss man sich verdienen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Schwäche zeigen wird bestraft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Jeder kann ein Feind sein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Ich bin in Ordnung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) Man ist immer allein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) Ich weiß, was ich tun muss	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) Ich kann nicht tun, was ich will	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o) Man weiß nie, was passiert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
p) Ich weiß, wozu ich hier bin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 25. Wie denkst Du über Dich und das Leben?

Ich denke:

	1 immer	2 oft	3 selten	4 nie
a) Ich bin der/die Beste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Man hat es nicht leicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Vertraue niemandem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Ich muss anderen helfen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Man ist nie gut genug	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Es gibt für alles eine Lösung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Man muss Leistung bringen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Zuneigung muss man sich verdienen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Schwäche zeigen wird bestraft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Jeder kann ein Feind sein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Ich bin in Ordnung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) Man ist immer allein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) Ich weiß, was ich tun muss	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) Ich kann nicht tun, was ich will	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o) Man weiß nie, was passiert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
p) Ich weiß, wozu ich hier bin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 26. Wann möchtest Du gerne sein wie Deine Helden?

Ich möchte so sein ...

	1 Sehr gerne	2 Gerne	3 Weniger gerne	4 Gar nicht gerne
a) in schwierigen Situationen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) im Umgang mit anderen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) im Kampf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) bei schwierigen Aufgaben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) im Alltag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) zu Hause bei der Familie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) in der Schule	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) wenn ich alleine bin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) wenn ich unterwegs bin	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) im Umgang mit Lehrern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) wenn meine Eltern da sind	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) bei meinen Freunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) wenn ich Angst habe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) wenn ich jemanden sehr mag	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 27. Was glaubst Du, hast Du in Deinem Leben genauso wie Deine Helden?

Ich habe genauso ...

	1 immer	2 oft	3 selten	4 nie
a) Schwierigkeiten, Streit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) die Ansprüche der anderen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Erfolge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) glückliche Momente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) die Zuneigung anderer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Bewährungsproben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) gerechte Behandlung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Zusammenhalt unter Freunden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Lob für gute Taten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Chancen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Feinde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) Zwänge und Pflichten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) Anerkennung und Respekt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) Menschen, die mich mögen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o) Freizeit und Spaß	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
p) traurige Momente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
q) Verständnis anderer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
r) Hilfe und Unterstützung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Vielen Dank für Deine Mitarbeit!**

## **Anhang 2: Gesprächsleitfaden**

Gesprächsleitfaden für Tiefeninterviews zum Thema Wahrnehmung und Verarbeitung von Lieblingsserien und Lieblingshelden

Probanden: Jugendliche von 11 bis 13 Jahren

Dauer: 60 Minuten

<b>Gesprächsabschnitt</b>	<b>Fragestellung</b>	<b>Methodisches</b>	<b>Zeit</b>
Einleitung  1	Intro: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hallo ... Wir beide führen heute ein Gespräch über Fernsehen, genauer gesagt über deine Lieblingsserien und Lieblingshelden im Fernsehen.</li> <li>• Unser Gespräch wird ca. 1 Stunde dauern und wir werden gemeinsam dabei ein wenig fernsehen.</li> <li>• Falsch machen kannst Du dabei nichts, du hilfst mir sehr, wenn Du einfach frei nach deiner Meinung und deinen Einfällen auf meine Fragen antwortest.</li> </ul>	Lockere Atmosphäre schaffen	2 Min
Persönliche Daten  2	Zuerst einige Fragen zu deiner Person: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorname und Geschlecht</li> <li>• Wie alt bist Du?</li> <li>• In welche Schule und welche Klasse gehst Du?</li> <li>• Wo wohnst Du? (Stadt, Land)</li> <li>• Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV)</li> <li>• Siehst Du auch fern im Internet?</li> </ul>	Abfrage Daten	3 Min
Fernsehgewohnheiten  3	Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie oft siehst Du fern?</li> <li>• Wann siehst Du am liebsten fern?</li> <li>• Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen?</li> <li>• Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen?</li> <li>• Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast?</li> <li>• Ist es wichtig, mit anderen darüber zu reden?</li> <li>• Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus?</li> <li>• Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche?</li> </ul>	Erst abfragen       Dann erzählen lassen	10 Min

<p>Vorlieben und Abneigungen</p> <p>4</p>	<p>Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? Was gefällt dir an diesen Helden besonders gut?</p> <p>Sind deine Helden besonders stark? Perfekt? Schnell? Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen?</p> <p>Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft? Sagen sie anderen, wo es lang geht? Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen?</p> <p>Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst? Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg?</p> <p>Bist Du ihnen ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie? In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie?</p>	<p>Zum freien Erzählen ermutigen</p>	<p>10 Min</p>
<p>Beurteilung Videomaterial</p> <p>5</p>	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime, 1x real)</p> <p>Was daran gefällt Dir? Was gefällt Dir nicht? Warum?</p> <p>Was würdest Du anders machen und warum? Wer kann für dich ein Vorbild sein und wer nicht? Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein? Wenn ja, wodurch? Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen?</p>	<p>Videsequenzen vorspielen und dann Fragen stellen</p>	<p>10 Min</p>

<p>Heldendiskussion</p> <p>6</p>	<p>Wie glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</p> <p>Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung?</p> <p>Wie lösen deine Helden Probleme? Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein? Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere?</p> <p>Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind? Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen? Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung? Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt?</p> <p>Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann?</p>	<p>Erst erzählen lassen</p> <p>Dann bestimmte Heldentypen bei Bedarf nachschärfen</p>	<p>10 Min</p>
<p>Parallelen zum eigenen Leben</p> <p>7</p>	<p>Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</p> <p>Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung?</p> <p>Wie löst Du Probleme? Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere?</p> <p>Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist? Kannst Du durch das was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt?</p> <p>Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann?</p>	<p>Frei erzählen lassen</p> <p>Dann bestimmte Situationen bei Bedarf konkret nachfragen</p>	<p>10 Min</p>

Schlussbemerkung  8	Was bedeutet Fernsehen für dich? Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei? Was wäre anders ohne Fernsehen?  Vielen Dank für deine Mitarbeit!	Zum Abschluss Grund- gefühl zum Fernsehen abholen	5 Min
---------------------------	--	---	-------

### Anhang 3: Protokolle der Tiefeninterviews

#### Protokoll zum Interview mit Maxima

Gesprächsabschnitt	Fragestellung
Einleitung	<p>Intro:            Hier sitzen Karin und Maxima, Karin interviewt Maxima zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden.            Maxima ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, wie sie die thematisierten Dinge sieht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen geplant.            (Kurze Beschreibung des Vorhabens, schriftliche Befragung und nachfolgend Interviews)</p>
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorname und Geschlecht Maxima, weiblich</li> <li>• Wie alt bist Du? 12 Jahre</li> <li>• In welche Schule und welche Klasse gehst Du? Bavarian International School, 7. Klasse</li> <li>• Wo wohnst Du? Pfaffenhofen</li> <li>• Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV) Satellit</li> <li>• Siehst Du auch fern im Internet? Ja</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie oft siehst Du fern? 5x die Woche, montags bis freitags, am Wochenende keine Zeit wegen Sportaktivitäten</li> <li>• Wann siehst Du am liebsten fern? abends, von 18.00 bis 20.00 Uhr, vorher keine Zeit</li> <li>• Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? nicht so viele Krimis anschauen (abends), sonst keine</li> <li>• Gewohnheiten             Alles was zählt (AWZ), Bergdoktor (BD)            keinen eigenen Fernseher, aber zwei Fernseher im Haushalt,            Mutter und Tochter schauen gemeinsam „Alles was zählt“, die sehen sie jeden Abend, wenn das nicht klappt, ist Maxima sauer, dann sieht sie die Serie im Nachgang im Internet            (die Freundinnen sehen sie nicht regelmäßig, weil sie entweder international sind und nur englisches Fernsehen haben oder mit kleineren Geschwistern Kinderprogramm sehen, andernfalls würden sie die Serie aber auch sehen,</li> </ul>

	<p>grundsätzlich hält Maxima die Serie aber für eine „normale“ Serie für Mädchen in ihrem Alter) gemeinsames Fernsehen ist Ritual mit der Mutter, Reden über Fernsehserien ist Teil des Alltagsgesprächs in der Familie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen? lustig, Entertaining, es macht Spaß, obwohl man einfach nur vor dem Fernseher hockt, es entspannt, es macht aktiv, weil Maxima dann Hunger bekommt und in die Küche läuft</li> <li>· Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? „Ja, schon oft.“ Ihre Mutter fragt, was sie gesehen hat und wie es weitergeht in der Serie, wenn die Mutter noch nicht da ist, dann erzählt ihr die Tochter, was passiert ist in der Serie und wer mitgespielt hat, weil die Mutter die Schauspieler besser kennt und sich das gerne erzählen lässt.</li> <li>· Ist es wichtig, mit anderen darüber zu reden? Mit den Freunden in der Schule redet Maxima nicht über Serien, eher über Filme, die man sich gekauft oder am Wochenende gesehen hat. Es ist nicht wichtig, mit anderen darüber zu reden, was man gesehen, weil es die Filme auch zu kaufen gibt.</li> <li>· Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus? Maxima redet mit der Mutter hauptsächlich über Fernsehen vor dem Zubettgehen, weil dann die Mutter da ist, oder während des Fernsehens, weil sie sich gerade dann erinnert. Aber dann wird sie von der Mutter ermahnt, dass sie leise sein soll, weil die Mutter fernsehen will.</li> <li>· Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? „Als bei AWZ ist es dann so, dass mich die Sache ziemlich mitnimmt, weil da jetzt viele Leute gestorben sind und ich die auch sehr gerne mochte. Aber ich weiß dann natürlich, dass das wahrscheinlich so ist, weil die Schauspieler dann aufhören zu spielen in der Serie. Aber ich frage mich dann schon, was als nächstes passiert in der Serie, ob die nicht vielleicht auch wieder zum Leben erwachen.“ Solche Dinge, die im normalen Leben passieren und einem selbst auch passieren könnten, beschäftigen Maxima (auf Nachfrage).</li> <li>· Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung? „So Sachen, was die da so sagen, so Sprüche. Da überlege ich mir dann auch, ob ich die irgendjemandem weitersagen soll.“ Maxima orientiert sich durchaus an den Serieninhalten (auf Nachfrage).</li> </ul>
Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? AWZ und Bergdoktor „Eher, wo was passiert“ oft auch Sachen auf dem ZDF, Rosenheim Cops (sind manchmal auch komische Filme, dann ist es langweilig) oder Heldt, „also irgendwas Polizeiliches mag ich auch gern“</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zeichentrick? „Ne, eher weniger“, „außer manchmal, wenn nichts läuft, dann schaue ich mir Zeichentrick an“ aber sonst lieber Serien mit realen Personen, „echten Schauspielern und nicht nur Computerschmarrn“</li> <li>Was gefällt Dir daran besonders gut? „Dass es eine Geschichte ist und dass es Leute wirklich mitnimmt, bei Zeichentrick ist es einfach nur kitschig.“</li> <li>Welche Serien kuckst Du sonst noch, Gerichtsserien, Nanny, Dschungelcamp etc.? „Die Trovatos“ (RTL Detektivserie), manchmal schaue ich sogar „Go wild“ auf Super RTL an“ (Zeichentrickserie). Etwas, in dem Geschichten passieren.</li> <li>Wer ist für Dich ein Held, was macht einen Helden für Dich aus? „Er muss auf jeden Fall anderen Leuten helfen, er soll auch immer nett sein“. „Er soll halt nicht immer nur auf sich schauen.“ „Nur weil er jetzt einmal was Gutes gemacht hat, soll er sich nicht so benehmen, als wäre er der tollste und größte Mensch auf der ganzen Welt.“ „Eigentlich sonst nichts.“ Er muss nicht von Tür zu Tür schwingen oder fliegen können, keine magischen Fähigkeiten haben. „Die sind nicht so relevant.“</li> <li>Wer wäre für Dich im normalen Leben ein Held oder eine Heldin? „Eine Person, die Leben rettet.“ Bei Maxima ist im realen Leben wie in der Serie eine Person ein Held, die hilft oder sich um andere kümmert (auf Nachfrage).</li> <li>Wer sind Deine Lieblingshelden konkret? Beispiele! Die Bergretter, bei anderen Serien, in denen die Personen wechseln, wechseln auch die Helden. Bei AWZ gibt es viele, am meisten Julia, auch Raquel, Jenny („Die ist halt schlecht drauf, aber sie weiß, warum sie schlecht drauf ist. Und sie weiß, dass nicht alles, was herumerzählt wird, wahr ist.“) Julia deswegen, weil sie nett ist, aber auch gemein „und sie wusste, was sie falsch gemacht hat und hat sich immer entschuldigt. Die anderen haben ihr zwar nicht geglaubt, aber sie hat weiter dafür gekämpft, dass sie ihr verzeihen.“</li> <li>Mir hat eine Heldin oder ein Held besonders gut gefallen, weil... Beispiel aus Go wild: Zwei Tierfreunde, die Tiere beobachten und sich in Tiere verwandeln. Sie bekommen dann Probleme, weil etwas gestohlen wurde oder verschwunden ist und dann suchen und finden die das. Sie nutzen dabei die Fähigkeiten der Tiere, mit denen sie in dem Moment verbunden sind. (detailliertere Beschreibung der Szenen) Maxima gefällt besonders, dass die allen helfen und nicht sagen, dass alle böse sind, sondern Fehler machen.</li> <li>Was gefällt dir an diesen Helden besonders gut? Maximas Helden helfen anderen, sind nett, sie müssen nicht besonders stark sein, aber einen besonderen guten Willen haben, sie müssen wissen, was sie</li> </ul>
--	--

	<p>wollen und wie sie anderen helfen, sie müssen eine klare Idee haben.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li> <p>Sind deine Helden besonders stark? Perfekt? Schnell?            Sie sind nicht grundsätzlich schnell, je nach Situation sind sie bei Bedarf schnell. Sie sind nicht besonders perfekt, sondern wie „normale“ Menschen.</p> </li> <li> <p>Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen?            Sie strengen sich auch nicht grundsätzlich besonders an, sie haben die Fähigkeiten, die sie brauchen für eine bestimmte Situation.            Maximas Helden müssen auch nicht grundsätzlich anderen gefallen, aber die Menschen müssen denken, dass das ein guter Held ist und dass sie auf den wieder zurückkommen können.</p> </li> <li> <p>Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft?</p> </li> <li> <p>Sagen sie anderen, wo es lang geht?            Helden sind gute Vorbilder, sie helfen anderen, geben Tipps, geben aber nicht alle Antworten. „Es wäre blöd, wenn einer alles wüste, die müssen schon etwas lernen.“</p> </li> <li> <p>Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen?            Die orientieren sich an anderen, denken aber auch, dass sie nicht alles abschauen sollen, sondern finden etwas auch selbst heraus.            Sie tun nicht unbedingt, was andere wollen, sondern was ihnen gut tut, wie man ihnen helfen kann.            Beispiel: Wenn jemand mit 90 Jahren vom Sprungturm springen will, obwohl er das nicht mehr kann, würden sie ihn nicht springen lassen, sondern ihm aus der Situation helfen.</p> </li> <li> <p>Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst?            Weiche selbstbewusste Typen.            Sie haben ihren eigenen Willen, aber sind nach außen hin weich. (auf Nachfrage)</p> </li> <li> <p>Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg?            Sie bemühen sich sehr um andere.            Wenn sie die Wahl haben, ihren eigenen Weg zu gehen oder sich um andere zu bemühen, würden sie Rücksicht nehmen und sich um andere bemühen.</p> </li> <li> <p>Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie?            „Ich will anderen Menschen helfen, aber ich möchte nicht berühmt sein.“            Maxima möchte nicht so sein wie ihre Helden, „ich habe schließlich mein eigenes Leben“.            Maxima hätte auch gerne manche Fähigkeiten ihrer Helden, möchte aber nicht so prominent sein. (auf Nachfrage)            „Ich finde es einfach nur doof, wenn man so bekannt ist.“</p> </li> <li> <p>In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie?            Wenn man meint, man kann etwas oder weiß etwas besser, aber will nicht</p> </li> </ul>
--	--

	<p>angeben. „Weil wir das meistens nicht wissen, wie das ist, wenn wir behaupten, dass wir besser sind, ohne anzugeben. Und das können Helden.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Was tust Du, um so zu sein wie sie? Maxima hat schon Vorbilder, von denen sie sich etwas abschaut und orientiert sich an denen.</li> <li>Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie? „Nein, finde ich nicht so wichtig oder schlimm, schließlich gibt es andere Sachen, die ich besser kann als die. Jeder hat irgendwas, was er besser kann als ein anderer Mensch.“</li> <li>Was tust Du dann, wenn es nicht geht? Es ist nicht schlimm, wenn es nicht geht.</li> </ul>
Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Balls), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Was daran gefällt Dir? DB: Gefällt nicht, das würde Maxima nicht sehen. AWZ: „Das ist interessant und was interessant ist, macht Spaß.“</li> <li>Was gefällt Dir nicht? „Ich finde das einfach nur Quatsch, irgendwie so kitschig.“</li> <li>Warum? Zeichentrick ist unrealistisch. Maxima mag keine Zeichentrickserien außer Tom und Jerry, da hat sie alle Filme, die findet sie lustig. „Die machen nur Schmarrn und zeigen auch keine Geschichte, aber das ist lustig.“</li> <li>Was würdest Du anders machen und warum? AWZ: Nein, es ist ziemlich spannend, zu wissen, wie es weitergeht. Z.B.: „Ist Ben jetzt einfach nur verhaftet, ohne Grund, nur weil er zufällig da war, obwohl wir Zuschauer wissen, dass er nicht der Schuldige ist.“</li> <li>Wer kann für dich ein Vorbild sein und wer nicht? AWZ: Maximilian ist kein Vorbild, sondern eher ein negatives Vorbild, „was man im Leben alles nicht tun sollte“.</li> <li>Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein? Maxima würde sich schon auch durchkämpfen wie ihre Vorbilder, nicht beim Tanzen, sondern beim Schifahren.</li> <li>Wenn ja, wodurch? „Es gibt dann Sachen, da weiß man, das sollte man meiden oder man sollte sich anders benehmen.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? Ja, man kann schon lernen, was man machen sollte oder nicht. „Eigentlich schon, aber wer weiß, ob man das so umsetzen kann.“ Kommt auf die Situation an.</li> <li>· Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen? Man kann sich daran orientieren, aber man muss nicht alles umsetzen, was man dort sieht. (auf Nachfrage)</li> </ul>
Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Wie glaubst Du denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>· Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Sie leben einfach damit, dass sie so sind wie sie sind. Sie sind halt nicht normal, aber auch nicht so besonders. Ich glaube, die denken, wenn Leute sagen, sie sind so toll, eigentlich bin ich gar nicht so toll, das kann eigentlich jeder Mensch.“</li> <li>· Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? Sie finden andere gut, sind aber auch Griesgrämer, sie haben beides, weil jeder Mensch ein „Mischmasch“ davon ist.</li> <li>· Wie lösen deine Helden Probleme?</li> <li>· Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen?</li> <li>· Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein?</li> <li>· Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere? „Man kann ja nicht alles immer nur alleine lösen, man braucht ja auch Leute, die einem helfen. Da beziehen die die anderen um sich herum schon mit ein, weil man kann das ganze Leben nicht alleine bewerkstelligen.“</li> <li>· Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind? Sie halten sich für in Ordnung, aber denken auch weiter, dass man manche Sachen besser machen kann.</li> <li>· Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen? Ja, sie können es, aber es ist ihnen nicht so wichtig, dass sie sehr bekannt sind.</li> <li>· Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung? „Ich glaube, Familie und Freunde unterstützen Helden immer, egal in welcher Situation.“</li> <li>· Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? „Ja, aber die anderen denken viel positiver über sie und finden viel mehr gute Sachen als die Personen, die sie nicht mögen. Die, die sie nicht mögen, bemängeln besonders mangelnde Stärke oder mangelnden Charakter.“</li> </ul>

	<p>Das ist bei allen ähnlich, bei Helden und normalen Menschen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? keine konkreten Beispiele</li> </ul>
Parallelen zum eigenen Leben	<ul style="list-style-type: none"> <li>Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung?</li> <li>Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Kommt darauf an.“ Beispiel: Unverschämte Kameradin im Skiclub, die sehr egoistisch handelt. Da findet Maxima die andere nicht in Ordnung, aber die Mehrheit der Menschen findet sie in Ordnung. Sie fühlt sich auch selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung. „Wenn jemand etwas falsch macht, dann sagt man dem das, dann ist es ok, bei mir ist das auch so.“</li> <li>Wie löst Du Probleme? Maxima sammelt Informationen und versucht alles Mögliche herauszufinden, dann holt sie die anderen dazu. Die anderen kommen deswegen auch häufig zu ihr.</li> <li>Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen?</li> <li>Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein?</li> <li>Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere?</li> <li>Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist? Maxima verlässt sich sehr oft auf andere, weil Informationen auch unwahr sein können. Sie ist nicht der Meinung, dass sie immer alles alleine machen muss.</li> <li>Kannst Du durch das was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? Die Leute, die Maxima mag, die mögen sie auch und helfen ihr auch. Und so hält sie es auch mit den anderen.</li> <li>Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? Ja.</li> <li>Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? Die wissen, was ich mag oder nicht mag, ob etwas eine gute Idee ist, ob sie mich anlügen oder ob sie mich nerven. Das ist bei Maxima ähnlich wie bei ihren Helden, nicht wirklich anders.</li> <li>Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? keine.</li> </ul>

Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was bedeutet Fernsehen für dich? Könntest Du es entbehren? Maxima könnte höchstens eine Woche darauf verzichten, dann müsste sie aber bei AWZ auf jeden Fall nachträglich schauen. Grundsätzlich möchte sie auf keinen Fall auf Fernsehen verzichten, das ist für sie wichtig. Sie möchte aber auch nicht viele Stunden am Stück nur fernsehen, sie beschäftigt sich zwischendurch auch anders.</li> <li>Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei? „Das es schöne Filme sind und eine schöne Geschichte ist.“ „Ausflug in die Fantasie, in das Ding, das vor Dir steht.“</li> <li>Was wäre anders ohne Fernsehen? „Dann würde ich nicht so viel wissen, wie ich mich verhalten soll oder was dann so passiert, wenn ich mich so verhalte.“ Statt dem Fernsehen würde Maxima auf keine Fall Bücher lesen, das findet sie langweilig und das nervt sie.</li> <li>Filme, die Maxima nicht interessieren, findet sie langweilig, die machen ihr aber keine Angst, die guckt sie dann einfach nicht. Dann sieht sie lieber im Internet Wiederholungen.</li> </ul>
------------------	---

### **Protokoll zum Interview mit Felix**

Gesprächsabschnitt	Fragestellung
Einleitung	<p>Intro: Karin interviewt Felix zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden. Felix ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, welche Meinung, welche Einfälle und welchen Geschmack er zu den thematisierten Dingen hat. Er soll erzählen, wie es ihm mit Fernsehen geht, was er vom Fernsehen hat und was nicht, was ihm gefällt und was nicht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen (kurzer Einblick in zwei verschiedene Serien) geplant.</p>
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vorname und Geschlecht Felix, männlich</li> <li>Wie alt bist Du? 13 Jahre</li> <li>In welche Schule und welche Klasse gehst Du? Gymnasium, 7. Klasse</li> <li>Wo wohnst Du? Pfaffenhofen</li> <li>Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV) Kabel</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Siehst Du auch fern im Internet? Nein</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Wie oft siehst Du fern? täglich</li> <li>· Wann siehst Du am liebsten fern? abends, so ab 19.00 Uhr (Einstieg im Vorabendprogramm)</li> <li>· Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? bis auf die Einschränkungen für Jugendliche (KL: FSK) nein Einschränkungen ab 16 oder 18 Jahre</li> <li>· Gewohnheiten Felix sieht manchmal zusammen mit seiner Mutter fern, meistens aber alleine.</li> <li>· Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen? „ich lege mich meistens auf die Couch und entspanne“, es ist entspannend Felix fürchtet sich nicht beim Fernsehen (auf Nachfrage)</li> <li>· Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? Felix redet „eher nicht“ über Fernsehen.</li> <li>· Ist es wichtig, mit anderen darüber zu reden? Es ist ihm nicht wichtig, über Fernsehen zu reden, auch in der Schule nicht (auf Nachfrage). In der Pause spricht er über andere Themen.</li> <li>· Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus?</li> <li>· Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? „Eigentlich selten, außer wenn ich bei meinem Vater bin und die Nachrichten laufen und da ein Videoclip kommt, bei dem Terroristen gezeigt werden“. Darüber denkt Felix schon einmal länger nach, unangenehme Themen in den Nachrichten sind ggf. das schwierigere Programm für Felix, allerdings sieht er das sowieso selten.</li> <li>· Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung? sonst nichts</li> </ul>
Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? meistens die Simpsons und Galileo Das sind die beiden Lieblingsserien von Felix, andere sieht er normal nicht.</li> <li>· Zeichentrick? Was gefällt Dir daran besonders gut?</li> </ul>

	<p>Welche Serien kuckst Du sonst noch, Gerichtsserien, Nanny,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Hast Du bestimmte Helden oder Personen, die Du besonders magst? „Also ich bin jetzt nicht so der Fan von bestimmten Helden oder Personen, da habe ich jetzt nichts Besonderes.“</li> <li>· Wer ist für Dich ein Held, was macht einen Helden für Dich aus? (z.B. auch in einem Film) Wenn es bei der Person spannend ist und nicht sowas Alltägliches ist, was ich selber erlebe, also wenn es da spannender zugeht.“ Wenn der Held etwas Besonderes erlebt.</li> <li>· Wer wäre für Dich im normalen Leben ein Held oder eine Heldin?</li> <li>· Wer sind Deine Lieblingshelden konkret? Beispiele! James Bond</li> <li>· Mir hat eine Heldin oder ein Held besonders gut gefallen, weil...</li> <li>· Was gefällt dir an diesen Helden besonders gut? „Es ist halt nicht nur die pure Ballerei, sag ich jetzt mal, und es ist halt auch nicht so lahm, dass Du davor einschläfst.“ spannend und nicht langweilig</li> </ul> <p>Beispiele für besonders gute Szenen: Felix unterscheidet in der Regel nicht zwischen Szenen, die ihm ganz besonders gut gefallen und anderen, die ihm gar nicht gefallen, da gefällt ihm das meiste.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Sind deine Helden besonders stark? Perfekt? Schnell? James Bond hat für Felix nicht besondere „Super-Fähigkeiten“, er ist ein „normaler Mensch“, der „größtenteils antrainierte Fähigkeiten“ besitzt. „Er hat ja keine wirklichen Superkräfte.“ Perfekt ist er nach Felix nicht, „er ist schnell, aber nicht wirklich soo schnell“.</li> <li>· Strengt er sich mehr an als andere oder ist er eher „ein Lässiger“? Teils, teils, wenn es darauf ankommt, strengt er sich auch an, aber er lässt es auch mal lässig zur Sache gehen.</li> <li>· Versucht er anderen besonders zu gefallen und es ihnen recht zu machen? Da hat er eher so seinen eigenen Stil, sage ich mal, er macht es so, wie es ihm gefällt, aber er hört halt auf seinen Arbeitgeber, er macht halt das, was sein Arbeitgeber ihm befiehlt.“</li> <li>· Sind deine Helden Vorbilder für andere? Z.B. James Bond. „Also ein Vorbild nicht.“</li> </ul> <p>Wäre er für Dich ein Vorbild? Hm, überlegt, „also so ein großes Vorbild habe ich jetzt gar nicht“.</p>
--	---



	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Hilft der anderen oft? Wie ist er im Umgang mit anderen? „Er ist meistens sehr zieldirekt, es kommt immer darauf an, was er braucht. Er hilft anderen, wenn es ihm nützt oder wenn es seine Freunde sind. Weil, wenn es sein Feind ist, dann hilft er dem nicht.“</li>   <li>· Kann ihm außer seinem Arbeitgeber noch irgendjemand sagen, was er zu tun hat, wo es lang geht? Außer ihm selbst nicht.</li>   <li>· Orientiert er sich stark an anderen? Nein. Tut er das, was andere von ihm wollen? Nein, auch nicht.</li>   <li>· Ist er eher ein weicher und angepasster Typ? Oder ist er eher ein harter, starker? Wenn Du ihn als Typ beschreiben müsstest. Er ist ein stärkerer, er ist ein starker.  Ein selbstbewusster? Ja.</li>   <li>· Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg? Er kümmert sich eher um seine eigenen Interessen.  Kümmert er sich um die Belange anderer dann, wenn sie seinen Interessen entsprechen? Er kümmert sich schon, aber bevorzugt kümmert er sich um seine eigenen Belange.</li>   <li>· Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie? „Ich nehme mir so einen Helden eher nicht als Vorbild, weil das bringt mir ja – ehrlich gesagt – nicht viel.“ Felix findet ihn gut, möchte aber nicht unbedingt so sein wie er. (auf Nachfrage)</li>   <li>· In welchen Situationen möchtest Du so sein wie er? In manchen Situationen fände Felix es schon gut, so zu sein wie James Bond, Das ist für ihn aber ziemlich weit weg (auf Nachfrage), „aber insgesamt ist er eben nur so ein Filmheld“.</li>   <li>· Was tust Du, um so zu sein wie sie? Nein.</li>   <li>· Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie? Nein.</li>   <li>· Was tust Du dann, wenn es nicht geht?</li> </ul>
--	---

Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Balls), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Was daran gefällt Dir? DB: Zeichentrick gefällt Felix schon. Das wäre eher nichts für Felix. Felix ist kein Fan von den asiatischen Zeichentrickserien, die Zeichnungen gefallen ihm nicht. Von der Handlung her findet er es aber lustig. Die starken Helden in diesen Serien haben für ihn keinen großen Vorbildcharakter, „das sind halt so Helden, aber für mich ist das nichts“. AWZ: Diese Serie hat sich Felix noch nicht angeschaut, den Namen kennt er aber aus der Vorschau. Das gefällt Felix eher nicht, „das ist ein bisschen fad“. Für diese Serie würde sich Felix nicht am Vorabend vor den Fernseher setzen. (auf Nachfrage)</li> <li>· Was gefällt Dir nicht? DB: Die Zeichnungen. AWZ: die Serie allgemein</li> <li>· Warum? DB: keine Mangas AWZ: fade</li> <li>· Was würdest Du anders machen und warum?</li> <li>· Wer kann für dich ein Vorbild sein und wer nicht? Für Felix können Personen aus Fernsehserien keine Vorbilder sein, er sieht das sowohl für Zeichentrick als auch andere Serien so. Aus AWZ kann Felix keine Anregungen oder Hinweise für sein eigenes Leben mitnehmen.</li> <li>· Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein? Nein.</li> <li>· Wenn ja, wodurch?</li> <li>· Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? Lernen kann Felix aus Galileo, da lernt er auch etwas für den Alltag, das interessiert ihn auch mehr.</li> <li>· Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen? Felix sucht im Fernsehen nicht nach Dingen, die er sich anschauen kann.</li> </ul>
Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Wie glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>· Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? James Bond denkt da laut Felix wohl nicht so darüber nach.</li> </ul>

	<p>„Er macht halt das, was er machen möchte, was er machen soll. Aber er denkt halt nicht wirklich so darüber nach, ob er jetzt besser ist als die anderen.“</p> <p>Aber er weiß sicher, dass er selber schon ziemlich gut ist.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? Z.B. James Bond. „Ja, je nachdem, wen man mit den anderen meint. Wenn die anderen seine Kollegen sind, dann kann ja er vielleicht sagen, der war ein guter Agent, der andere war eben nicht so gut. Wenn man damit seine Feinde meint, kann er sagen, das ist ihre Stärke, aber dort ist ihre Schwäche. Wenn man die normalen Leute meint, damit setzt er sich wahrscheinlich mehr oder weniger nicht so auseinander.“</li> <li>· Wie lösen deine Helden Probleme?</li> <li>· Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? Z.B. James Bond. „Manchmal macht er das mit anderen zusammen, aber öfter auch mal alleine.“</li> <li>· Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein? „Der verlässt sich eigentlich sehr auf sich selbst, ist sehr von sich selber auch überzeugt.“</li> <li>· Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere? „Ja, das ist jetzt ein bisschen schwer zu sagen, da er ja seine Anweisungen hat und wieder das zu machen hat, was er machen muss. D.h. die sind ja beide irgendwo gleichgestellt, er übernimmt jetzt nicht unbedingt die Führung.“</li> <li>· Wenn er zusammen mit anderen unterwegs ist, sagt er dann öfter wo es lang geht oder lässt er sich das öfter sagen? „Also, wenn das so ist, dann sagt er es eher. Wenn er sich auskennt oder so, dann sagt er halt, dort ist ein besserer Weg oder so.“</li> <li>· Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind? J.B. „Ja, an einigen Stellen ganz ok, an manchen Stellen ist er auch irgendwie ein bisschen komisch.“</li> <li>· Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen? „Ja, schon.“</li> <li>· Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung? „Ja, von denen, die er gut kennt, ein paar sag ich mal. Ich sag jetzt mal, so zehn Leute. Aber dann hat ja noch seine ganze Abteilung, seine ganzen Kollegen, den meisten kann er ja dann vertrauen.“</li> <li>· Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? Ja.</li> </ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? Fällt nichts ein.</li> </ul>
Parallelen zum eigenen Leben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>• Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? Ja, Felix findet sich im Vergleich zu den anderen ok.</li> <li>• Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? Ja, Felix findet auch die anderen ok.</li> <li>• Wie löst Du Probleme? „Kommt darauf an, was es für ein Problem ist, ob es ein Problem ist mit meinen Eltern oder es ein Problem ist mit irgendwas Körperlichem. Wenn irgendetwas ist mit meinen Eltern, dann versuche ich den besten Weg rauszufinden. Wenn es ein körperliches Problem ist, dann kommt es wieder darauf an, was es ist. Aber ich versuche dann eigentlich immer, das Beste zu machen.“</li> <li>• Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Ich habe großteils eigentlich Unterstützung von den anderen.“ Felix nimmt andere dafür in Anspruch, er löst seine Probleme nicht alleine, wenn es nicht sein muss.</li> <li>• Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? Teil teils, ich verlasse mich auf mich selbst, aber halt auch auf die anderen.</li> <li>• Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere? „Wenn wir in einer Gruppe sind, dann ist es halt immer die Gruppe, die entscheidet.“ (Z.B. in einer Situation, in der nicht alle das gleiche Ziel haben.) „Da bin ich dann auch nicht unzufrieden, dann sage ich mir halt, ja ok, dann das nächste Mal.“</li> <li>• Kannst Du durch das was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? Felix glaubt für ihn ist es schwieriger als für James Bond, weil James Bond Milliarden von Menschen bekannt ist. Aber Felix bekommt „so einen Respekt und so eine Anerkennung, wie man ihn unter Freunden halt hat“. Dafür muss Felix auch nichts Besonderes tun. (auf Nachfrage)</li> <li>• Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? Ja, das ist eigentlich relativ einfach.</li> <li>• Hast Du genügend Menschen um Dich, die Dich unterstützen? „Ja, ich habe schon genug Leute, die mich unterstützen.“ Felix glaubt, das ist für einen normalen Menschen nicht schwieriger als für einen Helden.</li> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann?</li> </ul>

	<p>„Ja also, es gibt schon ein paar Situationen, die ich zum Beispiel nicht so einfach locker mache wie er. Keine Ahnung wie lange tauchen oder von 60 Meter runterspringen, da ist halt schon der Unterschied. Da unterscheidet sich es halt schon.“</p> <p>Und da fehlt halt teilweise ein bisschen die Logik.“</p>
Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was bedeutet Fernsehen für dich? Könntest Du es entbehren? Am Abend nach dem Abendessen hat Felix meistens ohnehin nichts zu tun, dann geht er vor den Fernseher. „Aber ganz unbedingt zwanghaft muss es nicht sein. Wenn Felix bei einem Freund ist oder irgendwo übernachtet und es gibt kein Fernsehen, dann müssen sie nicht unbedingt Fernsehen.</li> <li>Überlebenswichtig ist es nicht.</li> <li>Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei? Informationen, Unterhaltung</li> <li>Was wäre anders ohne Fernsehen? Die Menschen wären weniger informiert, Informationen würden später ankommen. „Fernsehen ist schon schön, aber es würde mich nicht umbringen.“</li> </ul>

### ***Protokoll zum Interview mit Heidi***

Gesprächsabschnitt	Fragestellung
Einleitung	<p>Intro: Karin interviewt Heidi zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden. Heidi ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, wie sie die thematisierten Dinge sieht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen geplant. (Kurze Beschreibung des Vorhabens, schriftliche Befragung und nachfolgend Interviews)</p>
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vorname und Geschlecht Heidi, weiblich</li> <li>Wie alt bist Du? 12 Jahre</li> <li>In welche Schule und welche Klasse gehst Du? musisches Gymnasium, 6. Klasse</li> <li>Wo wohnst Du? Pfaffenhofen</li> <li>Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV)</li> </ul>

	<p>Satellit</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Siehst Du auch fern im Internet? Nein</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Wie oft siehst Du fern? 4x die Woche,</li> <li>· Wann siehst Du am liebsten fern? abends, Vorabendprogramm</li> <li>· Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? meistens nur eine Stunde oder so lange, wie ein Film dauert</li> <li>· Gewohnheiten Heidi sieht hauptsächlich fern, wenn ihr langweilig ist oder um einen Film zu sehen Meistens sieht sie Die Simpsons</li> <li>· Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen? lustig</li> <li>· Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? mit Freundinnen, sie sehen aber nicht dieselben Sendungen</li> <li>· Ist es wichtig, mit anderen darüber zu reden? Nein</li> <li>· Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus? mit einer Freundin redet sie dann darüber, was in einem Film so passiert ist</li> <li>· Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? Nein</li> <li>· Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung?</li> </ul>
Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? Die Simpsons, manchmal Galileo</li> <li>· Zeichentrick? Die Simpsons</li> <li>· Was gefällt Dir daran besonders gut? lustig</li> </ul>

- Welche Serien kuckst Du sonst noch, Gerichtsserien, Nanny, keine
- Wer ist für Dich ein Held, was macht einen Helden für Dich aus? „irgendwelche lustigen Leute“
- Wer wäre für Dich im normalen Leben ein Held oder eine Heldin? lustige Personen
- Wer sind Deine Lieblingshelden konkret? Beispiele!  
Bart Simpson
- Mir hat eine Heldin oder ein Held besonders gut gefallen, weil... „weil er immer so viel Streiche spielt“
- Was gefällt dir an diesen Helden besonders gut?  
„er ist halt der, der immer bestraft wird und irgendwie schafft er es dann wieder, sich aus der Situation irgendwie zu befreien und das ist halt lustig“  
Bart hat sonst keine auffälligen Eigenschaften,  
er ist einfach nur ein Schelm (auf Nachfrage)
- Sind deine Helden besonders stark? Perfekt? Schnell?  
Nein, weder noch.
- Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen?  
Nein  
Er versucht anderen zu gefallen.  
„Er will, dass alle ihn mögen und so, er will auch immer, dass er im Mittelpunkt steht.“
- Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft?  
„Nein, sollte er nicht sein.“  
Er hilft anderen „manchmal, es kommt darauf an, wer es ist.“
- Sagen sie anderen, wo es lang geht?  
Ja, seinem Freund sagt er immer wo es lang geht, sonst eigentlich keinem.
- Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen?  
Nein.
- Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst?  
ein weicher und angepasster, „er ist nicht so stark und so und wird auch immer von allen verprügelt“

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg? „Ne also, er will schon, dass alle ihn mögen“ Er schafft es aber nicht zu tun, was die anderen wollen, deshalb spielt er auch so viele Streiche (vor allem den Lehrern), damit andere ihn mögen.</li> <li>· Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie? „Manchmal schon, ich fände es schon lustig, anderen immer so gute Streiche zu spielen“</li> <li>· In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie? beim Streiche spielen Heidi spielt schon auch Streiche, aber nicht so gut wie Bart Simpson. „Der macht immer so verrückte Sachen und alles eben und bringt sich dann immer in Gefahr.“</li> <li>· Was tust Du, um so zu sein wie sie? In der Schule versucht Heidi auch lustig zu sein und Streiche zu spielen.</li> <li>· Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie? Nein.</li> <li>· Was tust Du dann, wenn es nicht geht? Gar nichts. Heidi würde sich für einen Streich aber nicht in Gefahr bringen oder ein Risiko eingehen. (auf Nachfrage)</li> </ul>
Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Balls), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Was daran gefällt Dir? DB: Nicht so. AWZ: Das sieht Heidi nicht.</li> <li>· Was gefällt Dir nicht? DB: „An den Simpsons z.B. mag ich diese Ironie und das alles, und das ist halt da nicht so.“ AWZ: nicht lustig</li> <li>· Warum? DB: „Und lustig finde ich das jetzt auch nicht so.“ Für die Geschichte dahinter würde sich Heidi auch nicht interessieren. Dann sieht sie lieber „Spielfilme mit echten Menschen“ und nicht Zeichentrick, mit Ausnahme der Simpsons. AWZ: Bei Serien mit echten Schauspielern gefallen Heidi auch mehr Sachen für Kinder, die auch lustig sind und mit verrückten Sachen. Z.B. Sam und Cat (Nickelodeon)</li> <li>· Was würdest Du anders machen und warum?</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wer kann für dich ein Vorbild sein und wer nicht? „Eigentlich keiner, ich habe eigentlich keine Helden, also nicht im Fernsehen.“</li> <li>• Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein? Manchmal.</li> <li>• Wenn ja, wodurch? „Z.B. dass man wie Bart so lustige Streiche spielt.“ Heidi spielt auch gerne Streiche und sieht sich da ein bisschen ab, aber nicht so hart. „Der Bart spielt ja auch den Lehrern so ganz schlimme Streiche, das würde ich jetzt nie machen.“</li> <li>• Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? kleine Anregungen für Streiche, sonst nicht.</li> <li>• Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen?</li> </ul>
Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>• Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Doch ja.“ „Eigentlich finden die sich schon gut.“</li> <li>• Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Ja, kommt darauf an, welche. Bart mag keine Streber und so.“</li> <li>• Fühlen die sich anderen Leuten eher unterlegen oder überlegen? Bart „Na ja, das kommt auch wieder darauf an. Also manchen Leuten, z.B. dem Rektor, da fühlt er sich denke ich mal überlegen, weil er dem auch die ganze Zeit Streiche spielt. Und dann gibt es da immer so Rowdies, die verprügeln ihn, da denke ich fühlt er sich halt dann unterlegen.“</li> <li>• Wie lösen deine Helden Probleme? Bart Na ja, entweder er geht zu seinem Vater und kriegt 100 Dollar oder er redet sich irgendwie raus oder – ich weiß nicht“</li> <li>• Nimmt er andere zu Hilfe oder tut er das vorwiegend alleine? Eher mit anderen zusammen, er nimmt sich andere zu Hilfe.</li> <li>• Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein? Ja, doch.</li> <li>• Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere? Nein, das nicht. „Er spielt anderen Streiche und wenn er dann mal in der Patsche sitzt, dann braucht er die.“ Er führt eher nicht, sondern wird eher geführt.</li> </ul>

	<p>„Auch wenn er dann in der Patsche sitzt, dann ist immer ganz hilflos und weiß nicht, was er machen soll.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind? Ja.</li> <li>• Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen? Eher nicht.</li> <li>• Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung? Ja.</li> <li>• Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? „Na ja, seine Familie hilft ihm immer oder seine Freunde helfen ihm auch.“ Sie finden gut, was er macht. „Aber ich denke, er bekommt nicht wirklich Respekt dafür.“</li> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann?</li> </ul>
Parallelen zum eigenen Leben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>• Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ich finde mich schon ok, also im Vergleich zu den anderen.“ Heidi fühlt sich den anderen nicht unterlegen.</li> <li>• Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? Ja, die meisten Menschen findet Heidi in Ordnung. „Die meisten mag ich eh.“</li> <li>• Wie löst Du Probleme? „Na ja, anders“ als Bart.</li> <li>• Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Das kommt halt darauf an, aber eher alleine so.“</li> <li>• Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? „Eher auf mich selbst.“</li> <li>• Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere? Nein, Heidi führt andere eher nicht. Aber sie schaut nicht so sehr, was die anderen wollen, sie macht eher, was sie für richtig hält.</li> <li>• Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist? Die anderen finden das ok, denkt Heidi.</li> <li>• Kannst Du durch das was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? Ja.</li> </ul>

	<p>„Meine Freunde wären ja nicht meine Freunde, wenn sie meine Art gar nicht mögen würden.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? Ja.</li> <li>· Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? Ja. Heidi denkt, das fällt ihr leichter als Bart Simpson.</li> <li>· Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? „Na ja, ich weiß nicht.“ Heidi muss dafür nicht viel tun, ihre Freunde mögen sie einfach.</li> </ul>
Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Was bedeutet Fernsehen für dich? Könntest Du es entbehren? „Das ist eher sowas, was ich mache, wenn mir langweilig ist und wenn ich nicht weiß, was ich machen soll, oder am Freitag und am Samstag.“ Für Heidi ist Fernsehen eher Zeitvertreib, am Wochenende sieht sie sich dann Filme an, während der Woche hat sie weniger Zeit, da geht sie auch früher ins Bett.</li> <li>· Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei? „Das kommt darauf an, welcher Film, aber eher so Entspannung.“</li> <li>· Was wäre anders ohne Fernsehen? „Nicht so viel, also ich schaue jetzt nicht so oft, deshalb.“ Heidi würde statt Fernsehen dann rausgehen oder etwas im Zimmer oder mit Freunden machen. Für sie wäre es nicht schlimm, wenn es kein Fernsehen gäbe. „Ich mache eh lieber was mit Freunden als Fernsehen.“</li> </ul>

### **Protokoll zum Interview mit Anita**

Gesprächsabschnitt	Fragestellung
Einleitung	<p>Intro: Karin interviewt Anita zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden. Anita ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, wie sie die thematisierten Dinge sieht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen geplant. (Kurze Beschreibung des Vorhabens, schriftliche Befragung und nachfolgend Interviews)</p>
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Vorname und Geschlecht</li> </ul>

	<p>Anita, weiblich</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wie alt bist Du? 13 Jahre</li> <li>In welche Schule und welche Klasse gehst Du? Realschule, 8. Klasse</li> <li>Wo wohnst Du? Pfaffenhofen</li> <li>Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV) Kabel</li> <li>Siehst Du auch fern im Internet? Ja</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wie oft siehst Du fern? täglich</li> <li>Wann siehst Du am liebsten fern? morgens (Morgenmagazin), mittags, am Spätnachmittag bis Abend, zwischendurch guckt sie noch manchmal auf dem iPad nachmittags eher nicht, weil Anita da mit Hausaufgaben oder Freunde treffen beschäftigt ist Schwerpunkt ist das Vorabendprogramm</li> <li>Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? eher nicht</li> <li>Gewohnheiten</li> <li>Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen? „Man kann halt so multitaskingmäßig nebenbei auch noch irgendwie am Handy tippen oder so und man bekommt trotzdem alles mit. Und wenn's is', kann man die Serien, die man verpasst hat, dann eben auch im Internet nachschauen. Und da gibt es halt mittlerweile keine begrenzten Zeiten mehr, wo man die anschauen kann oder muss, sondern man kann's halt immer wieder im Internet anschauen und das finde ich ganz gut“</li> <li>Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? „Also nö.“ In der Familie eher weniger. Aber mit Freundinnen, die dieselben Serien sehen wie sie (Vampire Diaries oder The Walking Dead) redet sie in der Schule schon relativ viel darüber.</li> <li>Ist es wichtig, mit anderen darüber zu reden?  nicht unbedingt. Es ist Anita aber nicht wichtig, darüber reden zu können.</li> <li>Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus? „Ja also bei Vampire Diaries zum Beispiel war halt jetzt die erste Folge von</li> </ul>

	<p>der 6. Staffel und da haben wir uns dann alle schon so drauf gefreut und dann war das aber am Ende so ein offenes Ende und wir wollten alle unbedingt wissen, wie es weitergeht und da haben wir uns dann drüber aufgeregt. Und dann reden wir halt immer so darüber, was so passiert ist, was uns da besonders gut gefallen hat und so.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? „Nachrichten gucke ich manchmal an und da ist halt mittlerweile schon krass, dass es so viel Krieg wieder gibt und so und da denkt man dann schon wieder drüber nach.“</li> <li>• Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung? nur Nachrichten</li> </ul>
Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? The Walking Dead, Vampire Diaries, „Sowas fantasiemäßiges mit Vampiren oder Zombies mag ich gern oder auch Die Simpsons, sowas Normales halt, auch wenn es halt nicht so altersgemäß ist, so 18 oder 16.“</li> <li>• Zeichentrick? Die Simpsons</li> <li>• Was gefällt Dir daran besonders gut? Fantasie</li> <li>• Welche Serien guckst Du sonst noch, Gerichtsserien, Nanny, keine</li> <li>• Wer ist für Dich ein Held, was macht einen Helden für Dich aus? Wer wäre für Dich im normalen Leben ein Held oder eine Heldin? Anita hat eigentlich keine Helden</li> <li>• Wer sind Deine Lieblingshelden konkret? Beispiele! die Hauptperson in Vampire Diaries gefällt ihr gut „Die ist halt so stark, weil die musste miterleben wie in ihrer Familie und in ihrem Freundeskreis viele sterben und sie hat das halt alles durchgehalten...“ Die Handlung beeindruckt Anita hier besonders, weil das Mädchen gegen seinen Willen Vampir geworden ist, weil sie wollte, dass auch der beste Freund gerettet wird.</li> <li>• Mir hat eine Heldin oder ein Held besonders gut gefallen, weil...</li> <li>• Was gefällt dir an diesen Helden besonders gut? der Charakter der Person in der Serie „Also ob der halt eher so arrogant ist, das mag ich zum Beispiel nicht so gerne, oder halt normal und nett Die „Bösen“ mag Anita nicht so, ein Beispiel dran nehmen.“ Starke Charaktere mag Anita gerne, dominante oder aggressive Personen aber nicht so. (auf Nachfrage)</li> </ul>

	<p>Beispiele:          „Zum Beispiel bei Vampire Diaries sterben halt relativ viele und da gibt es auch relativ viele Personen, die da halt dran zerbrechen würden. Aber die Hauptfigur in der Serie, die hält das halt alles durch und das finde ich halt schon krass. Also wenn zum Beispiel jetzt irgendwie zehn Leute oder so sterben, die verkraften das halt alles noch und andere brechen halt schon zusammen, wenn einer stirbt.“          Anita mag starke Menschen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sind deine Helden besonders stark? Perfekt? Schnell?          „Sie sind stark und schnell.“ Sonst sind sie normal, sie sind nicht perfekter als andere Menschen. „Und sie sehen gut aus.“</li> <li>• Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen?          „Ja, die müssen nicht wirklich viel machen, weil sie können halt andere Leute manipulieren und sagen, sie sollen das und das machen, aber das machen sie meistens nicht. Und deswegen sind sie halt wie so normale Menschen.“           Sie versuchen nicht, es anderen recht zu machen. „Die achten eher so auf sich selber, aber auch auf die anderen, aber sie sind nicht eingebildet, aber sie achten auch nicht nur auf die anderen, das ist halt so im Gleichgewicht.“ Sie passen sich schon an, aber sie behalten auch ihre eigene Linie.</li> <li>• Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft?          „Kann schon sein, ja.“          Sie helfen anderen auch und versuchen sie zu retten.</li> <li>• Sagen sie anderen, wo es lang geht?          „Sie sagen anderen eher nicht so, wo es lang geht oder was sie machen sollen.“ Außer in Gefahrensituationen.          „Aber sich selber etwas sagen lassen ist immer so ne Sache.“</li> <li>• Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen?          Anitas Helden orientieren sich nicht sehr stark an anderen, sondern wissen selbst genau, was sie wollen. Sie tun nicht unbedingt das, was andere von ihnen wollen, sondern das, was sie selbst für richtig halten. (auf Nachfrage)</li> <li>• Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst?          starke und selbstbewusste, eher nicht weich und angepasst</li> <li>• Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg?          Ja, sie helfen anderen.</li> <li>• Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie?          „Eher nicht, ich achte eher so auf andere Leute und nicht so auf mich.“          Anita will nicht so sein wie ihre Helden. „Ich bin ich selbst und ich will niemand anderes sein, weil ich so meinen eigenen Charakter habe.“          „Ich finde es blöd, wenn man versucht wie jemand anderes zu sein.“</li> </ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie? Manchmal wäre es praktisch, aber unrealistisch.</li> <li>• Was tust Du, um so zu sein wie sie? Nichts.</li> <li>• Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie? Nein.</li> <li>• Was tust Du dann, wenn es nicht geht? Nichts.</li> </ul>
Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Balls), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was daran gefällt Dir? DB: Früher hat Anita Pokémon geguckt, aber heute sieht sie keine Animeserien mehr. Dragon Balls fand Anita auch ganz lustig, obwohl sie das noch nie gesehen hatte. AWZ: Gefällt Anita eher nicht so, hat Anita einmal bei einer Freundin gesehen. How I met your mother oder Big Bang Theory ist ganz cool, aber AWZ oder Unter uns sieht Anita nicht.</li> <li>• Was gefällt Dir nicht? Warum?</li> <li>• Was würdest Du anders machen und warum? DB: In 3D gefallen Anita die Zeichentrickserien nicht mehr. Was Anita gefällt an Zeichentrick, ist das Kindliche und das Magische. AWZ: Anita sieht manchmal auf dem iPad Serien, wenn sie Lust hat, aber keine Vorabendserien wie AWZ oder ähnliches. Wenn dann Serien, die um 20.15 Uhr laufen. Wenn man Serien mal angefangen hat, dann will man nicht mehr aufhören, weil man dann wissen will, wie es weitergeht. Bei den Vorabendserien ist das nicht so geordnet nach Staffeln und als DVD erhältlich und dann kommt man nicht so gut mit. Die Vorabendserien wie AWZ u.Ä. interessieren Anita aber nicht so wie die Abendserien. Krimiserien mag Anita auch, z.B. Tatort oder Krimiserien am Vorabend. Da kann man mitraten bei den Krimis. Abgeschlossene Episoden mag Anita lieber als offene Serien. Dokusoaps mag Anita nicht, das nennt sie „Asi-TV“.</li> <li>• Wer kann für dich ein Vorbild sein und wer nicht? Das ist verschieden. Der Charakter und das Auftreten der Person sind für Anita wichtig.</li> <li>• Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein? „Ich denke nicht.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Wenn ja, wodurch?</li> <li>· Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen? Einen Hinweis für das eigene Verhalten können Fernsehserien aber für Anita schon geben. Z.B. kann man in den Dokusoaps oft sehen, welches Verhalten unerwünscht ist, also wie man sich nicht verhalten sollte, z.B. aggressive Jugendliche. Manchmal kann man sich ab abschauen, wie man etwas gut machen kann, z.B. wie man anderen helfen kann oder den Umgang mit anderen Leuten.</li> </ul>
Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Wie glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>· Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ich denke, die fühlen sich gleich.“ „Vampire fühlen sich wahrscheinlich überlegen, aber sonst fühlen die sich glaube ich gleich.“</li> <li>· Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Die sind alle relativ positiv.“</li> <li>· Wie lösen deine Helden Probleme? „Die reden halt miteinander und versuchen halt dann zu schauen, was sie machen können, dass sich das wieder normalisiert. Und dann versuchen sie das umzusetzen und meistens klappt's halt.“</li> <li>· Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen?</li> <li>· Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein? Die beziehen andere eher stark mit ein.</li> <li>· Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere? „Die sind eher so, dass sie andere Meinungen mit einbeziehen und dann versuchen, so ein Mittelding zwischen allen Meinungen zu finden.“  Bei The Walking Dead gibt es einen, der die Führung hat, da machen die anderen dann schon, was der sagt.</li> <li>· Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind? „Ja, ich denke schon.“</li> <li>· Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen? „Ja, schon.“</li> <li>· Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung? „Die sind alle vertraut miteinander und die reden auch viel miteinander über Sachen.“ Anitas Helden sind keine Einzelkämpfer. „Ich finde auch, man sollte auch andere Leute mit einbeziehen, so wichtige</li> </ul>



	<p>Leute wie Freunde oder Familie sollte man in manche Sachen schon einweihen, damit man auch Hilfe kriegt von anderen Leuten.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? Ja.</li> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? „Ne, eigentlich nicht.“</li> </ul>
Parallelen zum eigenen Leben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>• Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? Ja.</li> <li>• Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? Sie sind ok, aber es ist manchmal auch schwierig für Anita, einen Kompromiss zu finden, wenn sich ihre Freunde in verschiedene Gruppen aufteilen. Dann ist es schwer, es allen recht zu machen und nicht zu viel oder zu wenig Zeit mit den einen oder anderen zu verbringen.</li> <li>• Wie löst Du Probleme? „Wenn ich etwas alleine lösen muss, dann überlege ich mir halt wie und dann versuche ich das so umzusetzen. Und wenn das eher so ein größeres Dings ist, dann frage ich halt die anderen, wie die das machen würden, und dann schauen wir halt, wie wir das generell machen würden und dann versuchen wir uns zu einigen und dann versuchen wir das so umzusetzen, wie wir das vorhatten.“</li> <li>• Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Ich beziehe eher andere mit ein. Also ich erzähle anderen Leuten relativ viel, ganz bestimmten Leuten, denen ich halt vertrauen kann und dann beziehe ich die auch meistens mit ein.“</li> <li>• Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? Ja.</li> <li>• Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere? Anita respektiert die Meinung der anderen, aber sie tut auch, was sie für richtig hält und bleibt bei ihrer Meinung, wenn sie es für richtig hält. Da ist ihr dann die Meinung der anderen auch egal. Sie glaubt, die anderen richten sich nicht oft nach ihr.</li> <li>• Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist?</li> <li>• Kannst Du durch das was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? Das ist normal.</li> <li>• Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? Ja. Sie hat relativ viele Freunde. Das hat sie in einer Konfliktsituation schon</li> </ul>

	<p>einmal bestätigt bekommen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? Ja. „Manchmal bin ich voll verrückt und das wissen auch alle und das akzeptieren die auch so, die akzeptieren mich so wie ich bin.“</li> <li>Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? Wenn Anita das mit ihren Helden vergleicht, dann glaubt sie, ist es bei denen doch etwas anders, weil sie erwachsener sind.</li> </ul>
Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was bedeutet Fernsehen für dich? Könntest Du es entbehren? Auf dem Sofa oder im Bett sitzen oder liegen und Fernsehen schauen und nebenbei über etwas nachdenken oder auf dem Handy tippen, also Multitasking. Manchmal achtet Anita dann auch gar nicht auf den Fernseher. Für Anita ist Fernsehen nicht unbedingt exklusiv.</li> <li>Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei? Kommt darauf an, was man anschaut, Spaß, Entspannung.</li> <li>Was wäre anders ohne Fernsehen? Das weiß man nicht so genau, weil es Fernsehen gibt. Aber Anita glaubt, dass dann alles ganz anders wäre. Man macht dann nicht mehr so viel draußen oder mit Freunden, das wäre ohne Fernsehen nach Anita mehr.</li> </ul>

### **Protokoll zum Interview mit Anna**

<b>Gesprächsabschnitt</b>	<b>Fragestellung</b>
Einleitung	<p>Intro: Karin interviewt Anna zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden. Anna ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, wie sie die thematisierten Dinge sieht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen geplant. (Kurze Beschreibung des Vorhabens, schriftliche Befragung und nachfolgend Interviews)</p>
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vorname und Geschlecht Anna, weiblich</li> <li>Wie alt bist Du? 12 Jahre</li> <li>In welche Schule und welche Klasse gehst Du? Gymnasium, 7. Klasse</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wo wohnst Du? Pfaffenhofen</li> <li>• Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV) Satellit</li> <li>• Siehst Du auch fern im Internet? Ja (You Tube)</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie oft siehst Du fern? 3-4x die Woche</li> <li>• Wann siehst Du am liebsten fern? abends (ab 20.15 Uhr), selten Vorabendprogramm</li> <li>• Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? nicht zu lange fernsehen und nicht zu spät ins Bett gehen (ca. 23.00 Uhr) nicht zu viele Krimis oder zu gruselig</li> <li>• Gewohnheiten Fantasy, zusammen mit dem Vater Quizshows, Nachrichten</li> <li>• Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen? Fantasy, wenn es spannend ist, „toll, weil es ziemlich unterhält“</li> <li>• Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? mit Freundinnen, weil sie manchmal die gleichen Interessen haben, tauschen sie die Meinungen darüber aus</li> <li>• Ist es wichtig, mit anderen darüber zu reden? nicht so wichtig, man redet halt miteinander</li> <li>• Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus? wenn sie zu dem Thema kommen, dann geben sich die Mädchen gegenseitig Tipps und Empfehlungen, welche Filme sehenswert sind, zu Filmen im Fernsehen und auch auf DVD</li> <li>• Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? Bei den Nachrichten etwas Traurigeres, oder wenn Filme traurig sind oder wenn Deutschland Fußballweltmeister wird</li> <li>• Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung?</li> </ul>
Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? früher als Kind Heidi und Jim Knopf, jetzt eher Filme</li> </ul>

	<p>heute besonders die Marvelfilme oder Harry Potter auch Der Herr der Ringe und Der Hobbit</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zeichentrick? nicht mehr</li> <li>• Was gefällt Dir daran besonders gut? spannende und unterhaltsame Serien und Filme, Komödien, Lustiges, Superheldenfilme</li> <li>• Welche Serien guckst Du sonst noch, Gerichtsserien, Nanny, keine Serien, aber gerne Filme in mehreren Teilen wie die Marvelfilme oder Harry Potter</li> <li>• Wer ist für Dich ein Held, was macht einen Helden für Dich aus? Superhelden, „weil sie so stark sind und die Welt retten und so“ Anna mag vor allem starke Typen</li> <li>• Wer wäre für Dich im normalen Leben ein Held oder eine Heldin?</li> <li>• Wer sind Deine Lieblingshelden konkret? Beispiele! z.B. Thor in den Marvelfilmen, ein starker Held oder sein Adoptivbruder „der ist zwar der Böse, da mag ich, dass der ziemlich schlau ist und lustig“, Captain America</li> <li>• Mir hat eine Heldin oder ein Held besonders gut gefallen, weil...</li> <li>• Was gefällt dir an diesen Helden besonders gut? „Sie sind nett.“, „Sie sind stark und können gut kämpfen, sie wissen, wie man mit Pfeil und Bogen oder einem Schild umgeht. Das finde ich schon toll.“</li> <li>• Sind deine Helden besonders stark? Perfekt? Schnell? Annas Helden sind sowohl stark als auch schnell. Sie tendieren auch zur Perfektion.</li> <li>• Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen? „Ja auf jeden Fall. „Wenn sie sozusagen die Welt retten, strengen sie sich halt schon an, informieren sich auch, was die Feinde genau vorhaben.“  „Sie versuchen halt, dass sie die Bösen aufhalten, vernichten und so wollen sie halt auch für das Recht der Menschen sozusagen kämpfen. Sie setzen sich auch schon für andere ein.“ Diesen Helden ist es schon wichtig, bei anderen gut anzukommen.</li> <li>• Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft? Ja. „Ja also, wenn die Bösen jetzt Leute angreifen auf der Welt, dann versuchen sie sie halt aufzuhalten. Sie riskieren manchmal selber ihr Leben. Die Super-</li> </ul>
--	--

	<p>helden versuchen die Menschen dann rauszuhalten aus dem Thema und es ohne viel Verletzte zu lösen.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sagen sie anderen, wo es lang geht? „Ja schon.“ Sie sagen Polizisten oder Menschen schon, was zu tun ist und wo es lang geht, sie sind Führungstypen. Beispiel: Avenger „Sie bestimmen schon.“</li> <li>• Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen? Sie machen eher das, was sie selbst für richtig halten.</li> <li>• Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst? Nein, keine weichen angepassten Typen, sondern starke selbstbewusste.</li> <li>• Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg? Sie bemühen sich aber schon um die Interessen und Belange anderer.  Sie gehen aber trotzdem in erster Linie ihren eigenen Weg. (auf Nachfrage)</li> <li>• Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie? „Ja auf jeden Fall.“ „Das ist halt toll, wenn sie anderen Menschen helfen und so stark sind und gut kämpfen können, das finde ich schon toll.“</li> <li>• In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie? Ja, wenn jetzt zum Beispiel sich welche streiten oder halt auch prügeln, dass man dann halt dazwischen geht und die dann zur Not schon weghaut.“  Streit schlichten; sich wehren können, wenn jemand angegriffen wird</li> <li>• Was tust Du, um so zu sein wie sie? Lustige Sprüche hat sich Anna auch schon abgeschaut und bei Freunden zitiert.</li> <li>• Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie? „Nein, eigentlich nicht, dann mache ich halt was anderes nächstes Mal, Gelegenheiten bieten sich ja.“</li> <li>• Was tust Du dann, wenn es nicht geht?</li> </ul>
Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Ball), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was daran gefällt Dir?</li> </ul>

	<p>DB: Na ja, eher nicht so.          AWZ: „Das finde ich schon besser, weil es eben mit richtigen Schauspielern ist.“ Gut gefällt Anna auch, dass mehrere Personen mitspielen und es unterschiedliche Handlungsstränge gibt.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Was gefällt Dir nicht?            DB: Die komischen Gestalten, Zeichentrick.            AWZ: Jeden Tag kann Anna eine Serie nicht sehen, weil sie dafür nicht genügend Zeit hat.</li> <li>Warum?            DB: Zeichentrick hat Anna früher schon gefallen, ist aber ihren Augen eher was für Kleineren. Heute sieht sie lieber Sendungen mit „echten Schauspielern“.            AWZ: Bei einer täglichen Serie kann sie aus Zeitgründen nicht auf dem Laufenden bleiben, das wäre ihr zu viel. Da müsste sie immer auch sehen, dass sie mitbekommt, was in der Zwischenzeit passiert ist.</li> <li>Was würdest Du anders machen und warum?            DB: „Ich würde den Jungen vielleicht etwas größer machen, also älter, weil für mich sah der sah ziemlich jung aus.“            AWZ: Sonst könnte sich Theres schon vorstellen, dass ihr so eine Serie gefallen könnte.</li> <li>Wer kann für dich ein Vorbild sein und wer nicht?            Eine Hauptperson, die sich für andere Leute einsetzt oder etwas besonders gut kann, etwa ein Musikinstrument.</li> <li>Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein?            „Glaube ich schon.“</li> <li>Wenn ja, wodurch?            Wenn man beispielsweise durch Fähigkeiten der Charaktere motiviert wird, z.B. beim Spielen eines Musikinstruments oder beim Sport. Wenn man denkt „wow, der spielt das Musikinstrument gut, jetzt strenge ich mich mal an, vielleicht werde ich auch so gut.“</li> <li>Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen?            „Ja, ich glaube schon, dass es da immer ein paar Sachen gibt, die man sich dann schon anschauen kann.</li> <li>Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen?</li> </ul>
Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wie glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung?            Ja, es kommt darauf an, wer es ist.            z.B. Superhelden: „Ich glaube schon, dass die sich dann denken, wie toll sie sind.“</li> </ul>

- Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung?  
Die Superhelden wissen, dass sie etwas Besonderes sind.  
Sie finden die anderen Menschen auch ok, wissen aber, dass sie nicht mit außergewöhnlichen Fähigkeiten ausgestattet sind und zur Masse der „allgemeinen Menschen“ gehören.
- Wie lösen deine Helden Probleme?
- Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen?  
Die Superhelden haben Freunde oder Kollegen, mit denen sie zusammenarbeiten, die sie mit einbeziehen und ihnen wichtig sind.  
„Ich schätze schon, dass die Freunde da auch wichtig sind.“
- Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein?  
Sie verlassen sich auch auf andere und beziehen andere mit ein, aber sind sich ihrer Fähigkeiten und Aufgaben auch bewusst und nehmen sie wahr.
- Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere?  
Sie lösen Probleme oft zusammen. Aber sie sind sich ihrer wichtigen Rolle auch bewusst und führen.
- Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind?  
„Ja, es ist halt schon wichtig, dass sie jetzt nicht zu arrogant sind. Aber so glaube ich jetzt, bis auf dass sie so Anführertypen sind, glaube ich, dass die schon ganz ok sind.“
- Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen?  
„Ja, ich glaube schon, also wenn sie jetzt zum Beispiel die Welt retten, dass sie schon die Anerkennung von anderen kriegen und dass die anderen dann denken, wow, der hat mir jetzt sozusagen das Leben gerettet.“  
Sie bekommen manchmal auch Bewunderung.
- Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung?  
„Ja, es kommt schon vor, dass dann zum Beispiel der Superheld persönlich verraten wird und dass man mit denen dann nichts mehr macht.“  
Sie haben also auch Feinde und werden verraten.  
Thor hat zum Beispiel Probleme mit seinem Adoptivbruder, der mit ihm um den Thron konkurriert.  
„Also die vertrauen dann schon nur den engsten Freunden, bei denen sie sich dann auch hundertprozentig sicher sind.“
- Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt?  
Ja.  
Die Helden werden von den Menschen auch verehrt für Ihre Taten.
- Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann?  
Z.B. bei Captain America tragen die Menschen dann ein T-Shirt mit seinem Logo.

<p>Parallelen zum eigenen Leben</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>· Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ich glaube, mein Leben ist schon ruhiger.“ „Ich kann mich schon auf meine Freunde verlassen.“ „Also sie sind mir auch ziemlich wichtig. Ich kann zwar jetzt nicht kämpfen oder so, aber ich glaub dafür, dass ich ziemlich lustig bin. Und dass die anderen schon von mir denken, dass ich eigentlich schon nett bin.“</li> <li>· Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? Ja. „Meine Freunde finde ich auch ziemlich nett und auch lustig und ich weiß halt, dass ich mich auf sie verlassen kann und dass die auch schlaue, kluge und auch mutige sind. Ich glaube halt, dass die schon ziemlich gut sind, also nichts Negatives.“</li> <li>· Wie löst Du Probleme? Anna spricht schon mit anderen, aber am Ende muss sie selbst entscheiden. Z.B. als sie sich in der Schule für einen bestimmten Zweig entscheiden musste, hat sie mit ihren Freunden über die Bedingungen gesprochen, aber am Ende selbst gewählt.</li> <li>· Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? Anna macht beides.</li> <li>· Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? Das kommt auf das Thema an. „Ich überlege schon selbst für mich, aber meine Freunde werden schon mit einbezogen.“</li> <li>· Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere? „Das ist jetzt unterschiedlich. Also, ich gehe schon sozusagen meinen Weg und mache nicht alles mit meinen Freunden gleich. Aber es gibt schon bestimmte Themen, wo ich mit meinen Freunden gleichziehe.“ „Ich achte schon darauf, welche Tipps mir meine Freunde geben.“ Z.B. bei Zeitschriften, Büchern, Filmen etc.</li> <li>· Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist?</li> <li>· Kannst Du durch das was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? „Ja, ich krieg schon Respekt für das, was ich mache.“</li> <li>· Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? „Ja, meine Familie steht eigentlich schon immer hinter mir.“ Mit ihren Freunden unternimmt sie viel und weiß auch, wem sie vertrauen kann.</li> <li>· Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? Ja.</li> <li>· Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann?</li> </ul>
-------------------------------------	---



	Bei einer Übung zu Selbst- und Fremdwahrnehmung in der Schule hat sich hier eine hohe Deckung gezeigt deswegen glaubt Anna auch, dass sie und ihre Freunde sich verstehen.
Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was bedeutet Fernsehen für dich? Könntest Du es entbehren? Unterhaltung am Abend</li> <li>Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei? Unterhaltung, Lustiges, Wissen, ziemlich unterschiedlich</li> <li>Was wäre anders ohne Fernsehen? „Ich würde es schon aushalten, aber es ist schon toll, wenn man ab und zu schauen kann. „Es wäre schon schade.“</li> </ul>

### **Protokoll zum Interview mit Robert**

<b>Gesprächsabschnitt</b>	<b>Fragestellung</b>
Einleitung	<p>Intro: Karin interviewt Robert zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden. Robert ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, wie er die thematisierten Dinge sieht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen geplant. (Kurze Beschreibung des Vorhabens, schriftliche Befragung und nachfolgend Interviews)</p>
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vorname und Geschlecht Robert, männlich</li> <li>Wie alt bist Du? 12 Jahre</li> <li>In welche Schule und welche Klasse gehst Du? Realschule, 6. Klasse</li> <li>Wo wohnst Du? Pfaffenhofen</li> <li>Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV) Satellit</li> <li>Siehst Du auch fern im Internet? Ja, hin und wieder</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wie oft siehst Du fern? täglich, jeweils ca. 1 Stunde</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wann siehst Du am liebsten fern? abends</li> <li>• Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? 1 Stunde pro Tag</li> <li>• Gewohnheiten</li> <li>• Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen? Ablenkung, Entspannung</li> <li>• Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? Nein.</li> <li>• Ist es wichtig, mit anderen darüber zu reden? Nein.</li> <li>• Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus?</li> <li>• Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? Ja, Nachrichten.</li> <li>• Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung? nichts.</li> </ul>
Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? Hubert und Staller ab und zu Kika</li> <li>• Zeichentrick? Nein.</li> <li>• Was gefällt Dir daran besonders gut? Krimi, lustige und spannende Sachen.</li> <li>• Welche Serien guckst Du sonst noch, Gerichtsserien, Nanny, Keine.</li> <li>• Wer ist für Dich ein Held, was macht einen Helden für Dich aus? Robert hat keine Helden. Bei Hubert und Staller gefallen ihm die beiden Hauptdarsteller. Lustig müssen sie sein.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wer wäre für Dich im normalen Leben ein Held oder eine Heldin? Lustige und sportliche Typen.</li> <li>• Wer sind Deine Lieblingshelden konkret? Beispiele! Hubert und Staller</li> <li>• Mir hat eine Heldin oder ein Held besonders gut gefallen, weil....</li> <li>• Was gefällt dir an diesen Helden besonders gut? Dass sie lustig und schlau sind</li> <li>• Sind deine Helden besonders stark? Perfekt? Schnell? Nein, eher schlau.</li> <li>• Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen? Ja, das glaubt Robert schon.</li> <li>• Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft? „Ja, schon gute, die anderen Leuten helfen. Vorbilder: ein bisschen“</li> <li>• Sagen sie anderen, wo es lang geht? Nein.</li> <li>• Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen? Nein, auch nicht.</li> <li>• Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst? Ein bisschen weich und angepasst, nicht stark und selbstbewusst.</li> <li>• Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg? Ja, schon ein bisschen.</li> <li>• Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie? „Ich bin schon anders, ich handle nicht so schnell.“ Robert glaubt, er denkt etwas mehr nach. (auf Nachfrage) Robert möchte nicht so sein wie seine Helden.</li> <li>• In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie? In manchen Situationen möchte Robert gerne ähnlich sein, z.B. beim Sport.</li> <li>• Was tust Du, um so zu sein wie sie? Nichts.</li> </ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie? Das ist Robert egal.</li> <li>• Was tust Du dann, wenn es nicht geht?</li> </ul>
Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Balls), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was daran gefällt Dir? DB: „Ja, ist ganz lustig, aber na ja. Es ist ein bisschen komisch, finde ich irgendwie.“ AWZ: „Ist ganz lustig.“ Robert gefällt diese Serie besser, weil sie mit echten Schauspielern besetzt ist, „weil sie echter wirkt“.</li> <li>• Was gefällt Dir nicht? DB: Robert ist das etwas zu übertrieben. AWZ: zu wenig spannend</li> <li>• Warum? DB: komisch AWZ: lieber mag Robert es spannend</li> <li>• Was würdest Du anders machen und warum? DB: „Mit echten Menschen spielen.“ AWZ: spannendere Handlung, mehr Fülle in der Handlung (auf Nachfrage)</li> <li>• Wer kann für dich ein Vorbild sein und wer nicht? Jemand, der andere rettet oder jemand, der lustig ist.</li> <li>• Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein? „Manchmal vielleicht.“</li> <li>• Wenn ja, wodurch? Z.B. wie man eine Schnitzeljagd macht oder wenn man sich abschaut, wie man bestimmte Dinge macht.</li> <li>• Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? Wenn Personen im Fernsehen Fehler machen, dann kann man das selbst im Leben vermeiden.</li> <li>• Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen? Nein, da findet Robert nichts.</li> </ul>

Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Wie glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>· Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ganz ok oder so.“</li> <li>· Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? Robert glaubt, sie wollen schon die Meinung der anderen wissen, aber nicht, dass sie ihnen sagen, wo es lang geht. Robert glaubt aber nicht, dass sie sich anderen unbedingt überlegen fühlen.</li> <li>· Wie lösen deine Helden Probleme?</li> <li>· Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? Eher zusammen mit anderen.</li> <li>· Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein? Sie verlassen sich auch auf die anderen.</li> <li>· Orientieren sie sich stark an anderen? Nicht unbedingt.</li> <li>· Oder führen sie häufig andere? Schon ein bisschen.</li> <li>· Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind? Ja.</li> <li>· Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen? Ja, z.B. Harry Potter.</li> <li>· Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung? Nicht unbedingt.</li> <li>· Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? Ja.</li> <li>· Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? Z.B. bei Harry Potter in dem Spiel, in dem er von anderen Mitschülern geärgert wird und dann von seinen Kameraden unterstützt wird. Wenn es darauf ankommt, dann ist immer jemand da, der ihm hilft. (auf Nachfrage)</li> </ul>
Parallelen zum eigenen Leben	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>· Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? Eigentlich gleich.</li> <li>· Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Eigentlich gleich.“</li> </ul>

	<p>Robert glaubt, als normaler Mensch hat man eher weniger Schwierigkeiten als ein Fernsehheld.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wie löst Du Probleme? „Kommt jetzt darauf an.“</li> <li>Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? Je nach Situation: Z.B. beim Klettern in der Gruppe, da hilft jeder mit.</li> <li>Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? Robert verlässt sich auch auf die anderen.</li> <li>Orientierst Du dich stark an anderen? Robert orientiert sich schon ein bisschen an den anderen, aber nicht stark. Robert macht in einer Gruppe aber schon gerne mit, es ist ihm auch wichtig, was die anderen machen.</li> <li>Oder führst Du häufig andere? „Eigentlich ist das so ziemlich gleich.“ Je nach Situation. Z.B. wenn die Klasse zum Fußballspielen geht, dann macht er, was die anderen sagen, weil er nicht so gut Fußball spielt. Wenn sie aber z.B. eine Wasserschlacht machen, dann schafft er auch mal gerne an.</li> <li>Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist? Ja. Robert muss dafür nichts Besonderes machen.</li> <li>Kannst Du durch das was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? „Normalerweise schon.“ (lacht)</li> <li>Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? „Ja, klar.“ Aber eher weniger als ein Fernsehheld, da haben es die Helden leichter.</li> <li>Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? „Ja, eigentlich schon.“ Das findet Robert einfach (auf Nachfrage)</li> <li>Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? Ja, manchmal, zum Beispiel in der Schule, muss man dann etwas dafür tun, etwa bei Proben oder z.B. in Mathe, wo viele andere besser sind als Robert. Bei Sachen, die Robert gut kann, ist es leicht, anerkannt zu werden, da muss man nicht so viel tun dafür.</li> </ul>
Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was bedeutet Fernsehen für dich? Könntest Du es entbehren? Entspannung, Unterhaltung</li> <li>Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei?</li> </ul>

	<p>Wenn es spannend oder wenn es lustig ist, ist es für Robert positiv.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Was wäre anders ohne Fernsehen? „Dann würden wir alle mehr draußen machen.“ Für Benedikt wäre es nicht schlimm, wenn es kein Fernsehen gäbe.</li> </ul>
--	--

### **Protokoll zum Interview mit Melina**

<b>Gesprächsabschnitt</b>	<b>Fragestellung</b>
Einleitung	<p>Intro: Karin interviewt Melina zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden. Melina ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, wie sie die thematisierten Dinge sieht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen geplant. (Kurze Beschreibung des Vorhabens, schriftliche Befragung und nachfolgend Interviews)</p>
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vorname und Geschlecht Melina, weiblich</li> <li>Wie alt bist Du? 11 Jahre</li> <li>In welche Schule und welche Klasse gehst Du? Orientierungsstufe, 6. Klasse</li> <li>Wo wohnst Du? München</li> <li>Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV) Kabel</li> <li>Siehst Du auch fern im Internet? Ja</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wie oft siehst Du fern? täglich ungefähr eine halbe Stunde</li> <li>Wann siehst Du am liebsten fern? mittags nach dem Essen und am Vorabend</li> <li>Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? nicht mehr als eine Stunde</li> </ul> <p>Manchmal gibt es hier Ausnahmen, z.B. am Wochenende oder einen ganzen Film.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Gewohnheiten  Unter der Woche regelmäßig zur selben Zeit und dieselben Sendungen (Sam und Cat, iCarly, Victorious, alle Nickelodeon)</li> <li>· Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen? Lieblingsschauspieler, Lieblingssender, alle möglichen Stars verschieden, manchmal witzig oder fröhlich oder traurig</li> <li>· Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? „Meine Mutter sieht mit, also muss ich es ihr auch erzählen.“ und mit Freundinnen</li> <li>· Ist es wichtig, mit anderen darüber zu reden? „nicht wirklich“, aber mit der Freundin tauscht sich Melina aus, wenn ihnen beiden eine Serie gefällt, z.B. was sie gesehen haben und was noch nicht</li> <li>· Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus? entspannt, am Nachmittag im Hort zu Hause mit der Mutter während des Fernsehens</li> <li>· Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? Galileo, Abenteuer Leben, bei interessanten Sachen, die dort erklärt werden Belastendes im Fernsehen erlebt Melina „nicht wirklich“.</li> <li>· Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung?</li> </ul>
Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? „Lustige und Schauer, manchmal auch traurige, aber traurige ich nicht so oft, weil die langweilen mich meistens,“ Sam und Cat, Victorious, iCarly, Galileo (aber nicht so oft)</li> <li>· Zeichentrick? Willkommen in Gravity Falls (Disney Channel)</li> <li>· Was gefällt Dir daran besonders gut? die Hauptdarstellerinnen, vor allem Ariana Grande (Cat in Sam und Cat), Victoria Justice (Tori Vega in Victorious), Miranda Cosgrove (Carly in iCarly)</li> <li>· Welche Serien guckst Du sonst noch, Gerichtsserien, Nanny, keine</li> <li>· Wer ist für Dich ein Held, was macht einen Helden für Dich aus? „Ariana Grande ist so anders als die anderen.“ Miranda Cosgrove: „eine ganz Nette“, macht alles richtig, hat immer gute Noten Ariana Grande: geht auf die Schauspielschule, „macht etwas ganz anders als sei wirklich ist und das kommt auch gut rüber“</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wer wäre für Dich im normalen Leben ein Held oder eine Heldin?</li> <li>• Wer sind Deine Lieblingshelden konkret? Beispiele! Ariana Grande, Miranda Cosgrove</li> <li>• Mir hat eine Heldin oder ein Held besonders gut gefallen, weil... macht alles richtig, hat immer gute Noten „macht etwas ganz anders als sei wirklich ist und das kommt auch gut rüber“</li> <li>• Was gefällt dir an diesen Helden besonders gut?</li> <li>• Sind deine Helden besonders stark? Perfekt? Schnell? „nicht wirklich“, „sind so durchschnittlich“  Besonderes: Sam (aggressiv und brutal) und Cat (naiv und dumm) sind zusammen besser als alleine, aber jede gefällt auch alleine</li> <li>• Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen? Nein. Sie versuchen es „ein bisschen“, sie machen Späße und tanzen.</li> <li>• Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft? Ja. Viele wollen ja Sängerin werden und für die ist sie ein Vorbild.</li> <li>• Sagen sie anderen, wo es lang geht? „Sam sagt, wo es lang geht, und Cat hilft.“</li> <li>• Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen? „Gar nicht.“ Sie tun eher nicht, was andere von ihnen wollen, sondern eher, was sie selbst wollen. (auf Nachfrage)</li> <li>• Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst? „Gemischt. Sam ist stark und selbstbewusst und Cat lässt sich von Sam so ein bisschen führen.“ Sie ist eher weich und angepasst.</li> <li>• Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg? Ja. Die kümmern sich schon auch um die Belange anderer und gehen nicht nur ihren eigenen Weg. (auf Nachfrage)  Die beiden Schauspielerinnen haben auch eine Website, auf der sie Ideen und Anregungen für neue Serien für Jugendliche entgegennehmen und manchmal im Nachgang auch umsetzen. Das fällt Melina zu dieser Frage auch sofort ein.</li> </ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie? Na ja. Ariana Grande spielt „eine Dämliche“, da möchte Melina nicht so sein wie sie. Aber sie ist auch „lieb und nett und höflich“, das mag Melina schon.</li> <li>· In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie? In einer Folge wird Cat ungerecht behandelt und Sam hilft ihr und schlägt den Peiniger mit Obst und schmeißt sein Handy in ein Piranhabecken. Melina möchte auch so sein, „aber nicht so hart“. Melina möchte sich auch gerne so wehren können, aber nicht so hart. (auf Nachfrage)</li> <li>· Was tust Du, um so zu sein wie sie? Nichts.</li> <li>· Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie? „Ist mir eigentlich egal.“</li> <li>· Was tust Du dann, wenn es nicht geht?</li> </ul>
Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Balls), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Was daran gefällt Dir? DB: „Sowas eher nicht.“ AWZ: „Sowas gucke ich eher nicht, ich guck eher so amerikanische mit echten Schauspielern.“</li> <li>· Was gefällt Dir nicht? DB: „Sowas mit Superhelden gucke ich eher selten, das gefällt mir nicht.“ AWZ: „Das ist zu ernst.“</li> <li>· Warum? DB: Superhelden, zu langweilig, Krimiserien findet Melina auch langweilig AWZ: „Ich mag so eher Lustiges.“</li> <li>· Was würdest Du anders machen und warum? DB: keine Superhelden, lieber echte Schauspieler AWZ: Melina würde das besser gefallen, wenn es lustiger wäre und es nicht um Anwälte oder Polizei geht. Das ist zu dramatisch. (auf Nachfrage)</li> <li>· Wer kann für dich ein Vorbild sein und wer nicht? Ariana Grande</li> <li>· Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder</li> </ul>

	<p>Verhalten sein? „Manchmal, aber sonst eher nicht, weil da geht es meistens um so sinnloses Zeug, was nie passieren würde.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wenn ja, wodurch? Die Mutter guckt sich Kochrezepte ab.</li> <li>• Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? Einmal hatte sie mit ihrer Freundin einen Streit, der fast genauso war wie einer zwischen Sam und Cat in der Serie. Da könnte die Lösung „einigermaßen“ Modell für das eigene Leben sein.</li> <li>• Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen? Melina mag auch „Schauerteile“, da werden Sachen wiedergefunden. Da könnte sie sich vielleicht abgucken, wie man das macht. Aber wenn bei ihr Sachen verschwinden, stellt sich nachher meistens heraus, dass sie ihre kleine Schwester genommen hat.</li> </ul>
Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>• Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „durchschnittlich“ Zitat Jeannette McCurdy (Sam): „Wir sind nur normale Teenager, die überdurchschnittlich gut aussehen.“ „Also die finden sich schon irgendwie so'n bisschen besonders.“</li> <li>• Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „So normal.“</li> <li>• Wie finden sie die Welt insgesamt? „Sam würde am liebsten auf alles spucken und Cat freut sich auf jeden neuen Tag.“</li> <li>• Wie lösen deine Helden Probleme?</li> <li>• Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Zusammen“</li> <li>• Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein? Sie beziehen sich gegenseitig mit ein.</li> <li>• Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere? Sie machen beide zusammen das, was sie für richtig halten.</li> <li>• Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind? Ja.</li> <li>• Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen? „Sam ja, bei Cat ist es immer dasselbe. Die wird meistens von allen als dumm dargestellt, obwohl sie eigentlich ganz klug ist. Sam schildert auch,</li> </ul>

	<p>dass sie klug ist, aber Cat versteckt sich halt hinter diesem dummen Selbst.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung? „Ja, weil sie sich gegenseitig haben.“</li> <li>• Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? Ja.</li> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? Cat wird für ihre Koch- und Backkünste geschätzt, z.B. die besten Fleischbällchen in Amerika oder Limonade.</li> </ul>
Parallelen zum eigenen Leben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>• Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ich finde mich durchschnittlich ...“</li> <li>• Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? ... und den Rest auch.“</li> <li>• Wie löst Du Probleme? „Also mit meiner Freundin hatten wir mal Streit, dann habe ich mir zuerst ihre Seite angehört und dann meine Seite und dann haben wir zusammen eine Lösung gefunden.“</li> <li>• Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Mit anderen.“</li> <li>• Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? Ja.</li> <li>• Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere? „Ich versuche schon den anderen so mit ihrem Willen nachzukommen, aber auch nicht so sehr, dass dann nichts von mir selbst bleibt.“  Also beides. „Normalerweise bestimmen wir alle zusammen.“</li> <li>• Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist? Ja.</li> <li>• Kannst Du durch das was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? „Meistens, aber manchmal tue ich auch Dummes und Witziges, dafür werde ich jetzt nicht so anerkannt.“</li> <li>• Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? Ja.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? „Die werden bemerkt, meistens anerkannt, aber wenn es nichts Besonderes ist, dann gibt's auch nichts anzuerkennen.“</li> </ul> <p>Meistens ist das bei Melina nicht so viel anders als bei ihren Fernsehheldinnen.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? „Ganz anders ist es bei mir und meinen fünf anderen Freundinnen. Im Fernsehen sind es ja nur vier. Die haben fast nie miteinander Streit, aber wir haben auch schon oft Streit, aber nicht so oft, wegen verschiedenen Meinungen.“</li> </ul>
Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was bedeutet Fernsehen für dich? Könntest Du es entbehren? „Keine eigenen Ideen, Witziges, Lieblinge und Lieblingsserien und allgemein Gute“ (Charaktere).</li> <li>Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei? Sie sieht ihre Lieblinge.</li> <li>Was wäre anders ohne Fernsehen? „Dann wäre es schon ziemlich anders, da hätte ich eine halbe Stunde lang nichts zu tun, würde ich den ganzen Tag nur an meinem Handy hocken.“ „Dann würde ich die ganze Zeit mit meinen Freundinnen telefonieren.“ „Das fühlt sich schon an, als ob etwas fehlt, wenn jetzt das Fernsehen auf einmal weg wäre, weil ich bin schon daran gewöhnt. Das fühlt sich dann ungewohnt an.“</li> </ul>

### **Protokoll zum Interview mit Lisa**

Gesprächsabschnitt	Fragestellung
Einleitung	<p>Intro: Karin interviewt Lisa zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden. Lisa ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, wie sie die thematisierten Dinge sieht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen geplant. (Kurze Beschreibung des Vorhabens, schriftliche Befragung und nachfolgend Interviews)</p>
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vorname und Geschlecht Lisa, weiblich</li> <li>Wie alt bist Du? 11 Jahre</li> <li>In welche Schule und welche Klasse gehst Du?</li> </ul>

	<p>Orientierungsstufe, 6. Klasse</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wo wohnst Du? München</li> <li>• Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV) Kabel</li> <li>• Siehst Du auch fern im Internet? Ja, manchmal</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie oft siehst Du fern? täglich</li> <li>• Wann siehst Du am liebsten fern? In der Früh (RTL und so), am Vorabend</li> <li>• Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? Nein.</li> <li>• Gewohnheiten  Wenn Schule ist ca. 1 Stunde, wenn sie nach Hause kommt, und am Wochenende, wenn ihr langweilig ist, auch schon mal länger als 1 Stunde</li> <li>• Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen? lustig und spannend</li> <li>• Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? mit der Freundin, mit der Mama, wenn sie eine Sendung nicht gesehen hat, dann sagt sie ihr, was da passiert ist</li> <li>• Ist es wichtig, mit anderen darüber zu reden? Nein, das ist eher Zeitvertreib.</li> <li>• Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus? Die Freundinnen und Lisa sehen oft dieselben Sendungen und unterhalten sich dann darüber. Mit der Mutter spricht sie während des gemeinsamen Fernsehens.</li> <li>• Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? „Manchmal, zum Beispiel wenn da irgendwas Komisches kommt, dann überlege ich, wie das passiert ist und so.“ Darüber spricht Lisa aber nicht mit anderen.</li> <li>• Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung?</li> </ul>

Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? Comedy, lustige Sachen</li>   <li>· Zeichentrick? Ja, aber keine Manga.</li>   <li>· Was gefällt Dir daran besonders gut? Dass es witzig ist, „dann sitzt Du vorm Fernseher und kannst lachen“.</li>   <li>· Welche Serien kuckst Du sonst noch, Gerichtsserien, Nanny,</li>   <li>· Wer ist für Dich ein Held, was macht einen Helden für Dich aus? lustige Typen, blöde Schauspieler, die oft in Sendungen auftreten, „wenn das gute Schauspieler sind, dann haben die auch immer dieselbe Stimme und das ist halt gut.“</li>   <li>· Wer wäre für Dich im normalen Leben ein Held oder eine Heldin?</li>   <li>· Wer sind Deine Lieblingshelden konkret? Beispiele! In Victorious ist es ein Mädchen, das eine Schauspielschule besucht und die singt viel und macht Theater. Die hätte Lisa gerne als Freundin und glaubt, das hätte jeder gerne, weil sie berühmt ist. Außerdem hat sie eine schöne Stimme, wenn sie singt, und ist lieb, „nicht so wie andere“ Bei Sam und Cat gefallen ihr auch Sam, obwohl sie gemein ist, und Cat ist eher blöd.</li>   <li>· Mir hat eine Heldin oder ein Held besonders gut gefallen, weil... sie lachen konnte.</li>   <li>· Was gefällt dir an diesen Helden besonders gut? Sam fährt Motorrad und hasst Umarmungen.</li>   <li>· Sind deine Helden besonders stark? Perfekt? Schnell? Ja.</li>   <li>· Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen? „Ja, eigentlich schon, also ich habe noch keinen Fehler gesehen.“ Sie versuchen aber nicht, anderen zu gefallen, sondern machen eher ihr eigenes Ding.</li>   <li>· Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft? Nein. Aber sie helfen anderen. „Zum Beispiel bei einem Kampf hat Sam dann geholfen und so Zeug.“</li> </ul>
---------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sagen sie anderen, wo es lang geht? Ja. „Wenn halt ein Gegner oder so kommt, dann sagt sie ihm schon, wo es lang geht.“</li> <li>• Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen? Nein. „Die machen ihr eigenes Ding.“</li> <li>• Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst? starke Allerdings gefällt Lisa auch eine witzige und nette Person.</li> <li>• Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg? „Die machen ihr eigenes Ding.“</li> <li>• Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie? Nein.</li> <li>• In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie? Wenn jemand eine gute Stimme hat, „weil ich hasse meine Stimme“. „Wenn sie stark sind.“</li> <li>• Was tust Du, um so zu sein wie sie? Nichts.</li> <li>• Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie? „Nein, ich bin ich.“</li> <li>• Was tust Du dann, wenn es nicht geht? Das ist Lisa egal, dafür tut sie nichts Besonderes.</li> </ul>
Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Ball), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was daran gefällt Dir? DB: „Ich weiß, wie das ist, aber ich schaue es nicht.“ An manchen Stellen findet Lisa das zwar lustig, aber sie würde das nicht immer sehen. AWZ: „Schon besser. Ich schaue auch Berlin Tag und Nacht am Sonntag.“</li> <li>• Was gefällt Dir nicht? DB: „Also ich mag so Mangazeug nicht.“ AWZ: Lisa hat hierzu keine negative Kritik.</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Warum? DB: „Ich finde das langweilig.“ AWZ: „Das ist halt spannend.“ Lisa gefällt auch, „dass es nicht nur für Kinder ist.“</li> <li>• Für Lisa sind die Themen Polizei etc. nicht zu ernst. (auf Nachfrage)</li> <li>• Was würdest Du anders machen und warum? DB: Nichts. AWZ: Nichts.</li> <li>• Wer kann für dich ein Vorbild sein und wer nicht? „Keine Ahnung.“ Bei Berlin Tag und Nacht gibt es eine Frau, die für Lisa ein Vorbild sein kann, „weil sie lieb ist und sich nicht so wie die anderen zum Beispiel alles gefallen lässt.“ Personen, die auf andere hören oder machen, was die anderen wollen, sind für Lisa keine Vorbilder. Ein Vorbild ist für Lisa, wer weiß und macht, was er will. Gleichzeitig findet sie es aber auch gut, wenn jemand lieb ist. (teilweise auf Nachfrage)</li> <li>• Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein? „Nein, weil jeder so sein Leben lebt.“</li> <li>• Wenn ja, wodurch?</li> <li>• Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? „Bestimmt.“</li> <li>• Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen? Nein. Lisa findet kein Beispiel, wo sie schon etwas aus dem Fernsehen gelernt hätte.</li> </ul>
Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>• Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ja, ich glaube schon, dass ein paar denken, dass sie etwas Besonderes wären Wenn sie auf der Bühne stehen oder so schon.“</li> <li>• Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Weiß ich nicht.“ Aber in den Serien, die Lisa sieht, kommen die Heldinnen schon gut miteinander aus, z.B. bei Sam und Cat.</li> <li>• Wie lösen deine Helden Probleme? „Ich weiß das nicht.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? Zusammen.</li> <li>• Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein? Sie beziehen andere mit ein und verlassen sich auf andere. (auf Nachfrage)</li> <li>• Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere? „Verschieden, kommt darauf an, welche Person das ist.“</li> <li>• Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind? Ja.</li> <li>• Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen? Ja.</li> <li>• Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung? „Ja, bei den Fans kriegen die Unterstützung.“ In der Handlung der Serien kommt es auf die Sendung an und „wie lieb“ sie sind. Die „Lieben“ haben nach Lisa genügend Menschen um sich herum (auf Nachfrage) und die Starken, „die fühlen sich ja besonders und so und dann brauchen sie ja auch keine Hilfe.“</li> <li>• Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? Ja.</li> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? „Wie immer bei Sam und Cat, da hilft halt die Freundin.“ „Der Freund von den zweien, der ist Boxer und der hat dann gegen jemanden geboxt und war dann blind, weil er irgendwie etwas in die Augen bekommen hat. Und am Ende hat dann Sam gegen den Typen geboxt, weil der Freund hat nichts gesehen. Und den haben sie dann mal wieder getroffen und dann haben die halt alle zusammen gegen den Typen gekämpft.“</li> </ul>
Parallelen zum eigenen Leben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>• Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Geht.“</li> <li>• Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Es gibt schon manche, die mich ärgern. Aber es gibt auch viele, die mich nicht ärgern. Es gibt mehr Leute, die mich nicht ärgern als Leute, die mich ärgern.“</li> <li>• Wie löst Du Probleme?</li> <li>• Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Meine Freundin hilft mir dabei.“ „Die gibt mir einen Rat.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? „Ich verlass mich erstmal auf mich auf mich selbst.“ Wenn sie nicht mehr weiterkommt, wendet sich Lisa an ihre Freundin und bittet um Unterstützung. (auf Nachfrage)</li> <li>• Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere? „Meistens schon.“ „Nein, eher die führen mich.“</li> <li>• Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist? Ja.</li> <li>• Kannst Du durch das was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? Nein.</li> <li>• Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? Ja. Die Mutter und die Freundin. Aber Lisa glaubt, für sie ist es schwieriger, weil die Fernsehheldinnen beliebter sind.</li> <li>• Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? „Fernsehhelden tun sich leichter.“</li> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? Nein.</li> </ul>
Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Was bedeutet Fernsehen für dich? Könntest Du es entbehren? lustig „Es macht Spaß.“ „Es kann auch mal traurig sein.“</li> <li>• Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei? Spaß</li> <li>• Was wäre anders ohne Fernsehen? „Dann wär's langweilig.“ „Na ja, ich weiß ja nicht, wie es früher war.“ „Das wäre schon traurig.“ „Ohne Fernsehen könnte ich nicht.“</li> </ul> <p>Statt Fernsehen würde Lisa viel rausgehen, Freunde besuchen, mit dem Handy spielen, Einkaufen gehen.</p> <p>„Das Handy ist mir auch lieb.“</p>

### **Protokoll zum Interview mit Tanja**

Gesprächsabschnitt	Fragestellung
Einleitung	<p>Intro:          Hier sitzen Karin und Tanja, Karin interviewt Tanja zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden.          Tanja ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, wie sie die thematisierten Dinge sieht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen geplant.          (Kurze Beschreibung des Vorhabens, schriftliche Befragung und nachfolgend Interviews)</p>
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Vorname und Geschlecht Tanja, weiblich</li> <li>· Wie alt bist Du? 11 Jahre</li> <li>· In welche Schule und welche Klasse gehst Du? Gymnasium, 6. Klasse</li> <li>· Wo wohnst Du? Greifenberg am Ammersee</li> <li>· Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV) Kabel</li> <li>· Siehst Du auch fern im Internet? Ja</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Wie oft siehst Du fern? meistens täglich, an manchen Tagen aber auch nicht meistens ca. 1 Stunde</li> <li>· Wann siehst Du am liebsten fern? abends, am Vorabend und nach acht</li> <li>· Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? Tanja schaut zusammen mit den Eltern oder spricht mit den Eltern vorher ab, was sie sieht.</li> <li>· Gewohnheiten Serien wie AWZ</li> <li>· Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen? Spannend, ein wenig auch entspannend, weil man nichts machen muss, aber man ist währenddessen trotzdem beschäftigt und konzentriert.</li> <li>· Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? „Eigentlich gar nicht, ganz selten, also wir reden eher mehr über Bücher, also eigentlich gar nicht über das Fernsehen, ne.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Ist es wichtig, mit anderen darüber zu reden? „Ich find's nicht so wichtig, das ist so ne Sache, die ich für mich gern mach, aber ich find, das muss man jetzt nicht so.“</li> <li>· Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus? „Wenn mir was ziemlich gut gefallen hat, dann sage ich meiner Freundin, was drin vorgekommen ist, aber es ist halt eigentlich nie.“</li> <li>· Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? „Selten, aber manchmal, wenn ich was spannend find, denk ich immer so drüber nach. Wenn ich was nicht verstanden habe oder so oder wenn halt was spannend war und ich das halt nochmal im Kopf durchgehen will, was da genau passiert ist.“</li> </ul> <p>Belastendes gab es auch schon, bei einem Krimi, den Tanja auch sehen wollte, war etwas gruselig, da hat Tanja auch gleich weggeschaltet, aber da hat sie nachher schon darüber nachgedacht.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung?</li> </ul>
Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? Fantasiesachen, die nicht wirklich passieren, „Es soll halt spannend sein, manchmal halt auch mit Kämpfen und so, aber halt nichts, was in Wirklichkeit passieren kann, sondern halt eher so Sachen, die unwahrscheinlich sind wie Vampire oder so.“</li> <li>· Zeichentrick?</li> <li>· Was gefällt Dir daran besonders gut? spannend</li> <li>· Welche Serien guckst Du sonst noch, Gerichtsserien, Nanny, H2O, AWZ</li> <li>· Wer ist für Dich ein Held, was macht einen Helden für Dich aus? Vampire (Twilight Zone), Christine Stewart „Aber es gibt ja so richtige Helden wie Amazing Spiderman und so, gefällt mir nicht so.“</li> <li>· Wer wäre für Dich im normalen Leben ein Held oder eine Heldin? „Die halt freundlich sind, also so nett und sympathisch, die halt so zickig sind und nicht so nett, die mag ich nicht so.“</li> </ul> <p>„Ehrlichkeit, das finde ich sehr wichtig bei sowas.“ Tanja mag auch Personen, die ehrlich ihre Meinung sagen, aber verträglich für andere.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wer sind Deine Lieblingshelden konkret? Beispiele! Bella aus Twilight Zone und Ricky aus H2O</li> <li>• Mir hat eine Heldin oder ein Held besonders gut gefallen, weil... „weil die sind halt ehrlich.“</li> <li>• Was gefällt dir an diesen Helden besonders gut? „Bei Twilight die Bella ist halt mutig und das ist halt spannend.“ „Bei H2O die Ricky, weil die ist ehrlich, und ok, manchmal ist sie auch nicht so nett, aber das macht das halt alles spannender.“</li> <li>• Sind deine Helden besonders stark? Perfekt? Schnell? „Perfekt nicht, weil ich find, keiner ist perfekt und jeder hat so seine Macken.“ „Eigentlich nicht, ne.“ besonders schnell? „Ja in Twilight schon, sonst eigentlich nicht.“</li> <li>• Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen? „Ja, das schon.“ „Nein eigentlich, nicht. Also halt dem anderen recht machen schon, aber so angeben oder so halt nicht, oder sagen, ich bin so toll, das nicht.“</li> <li>• Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft? „Eigentlich nicht.“ Sie helfen aber anderen, „wenn sie müssen, natürlich, oder wenn sie sehen, dass etwas schief läuft, dann schon. Aber wenn sie es halt nicht mitkriegen, dann nicht.“</li> <li>• Sagen sie anderen, wo es lang geht? „Nein.“ Sie lassen sich aber auch nicht sagen, wo es lang geht.</li> <li>• Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen? „Ein bisschen, aber nicht so stark.“ Sie machen einerseits, was sie für richtig halten. Wenn andere sie um etwas bitten, machen sie das aber. „Aber so richtig sagen, das ist richtig, das tun sie eigentlich nicht.“</li> <li>• Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst? selbstbewusst Die weichen, angepassten gefallen Tanja auch, aber nicht so gut.</li> <li>• Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg? Ja. Das schon. „Die Ricky in H2O, die geht eigentlich immer ihren eigenen Weg, aber die Bella nicht, also in Twilight, die schaut mehr nach den anderen.“</li> </ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie? „Eigentlich nicht.“ „Nein.“</li> <li>· In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie? „Also manchmal halt, wenn sie ziemlich ehrlich sind, das finde ich schon cool.“</li> <li>· Was tust Du, um so zu sein wie sie? Nichts.</li> <li>· Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie? „Überhaupt nicht.“ „Weil ich bin ich selbst.“</li> <li>· Was tust Du dann, wenn es nicht geht?</li> </ul>
Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Ball), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Was daran gefällt Dir? DB: „Nicht so gut.“ AWZ: Tanzen, weil Tanja auch tanzt, spannend, weil viele sterben und „Es ist halt einfach spannend.“</li> <li>· Was gefällt Dir nicht? DB: Zeichentrick, Comic, mag Tanja nicht AWZ: Das guckt Tanja gerne. Aber es sind jetzt zu viele Personen gestorben. „Und dass die halt immer so nach Rache sinnt, das mag ich auch nicht so.“</li> <li>· Warum? DB: Dass jemand Macht an sich reißen will, gefällt Tanja auch nicht. AWZ: „Übertrieben“</li> <li>· Was würdest Du anders machen und warum? DB: Nichts, „das ist einfach nicht meins.“ AWZ: ein bisschen, weniger Tote</li> <li>· Wer kann für dich ein Vorbild sein und wer nicht? AWZ: „Nein, gar nicht, überhaupt nicht.“ Ehrlich, freundlich, nicht eingebildet, nicht rachsüchtig. Dass in AWZ ein Kind, das sich Sorgen macht, getröstet wurde, findet Tanja auch gut, da findet sie es auch ok, wenn man lügt.  Aggressive Typen, und Leute, die sich die ganze Zeit streiten, können für Tanja kein Vorbild sein.</li> <li>· Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein? „Nein, überhaupt nicht.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Wenn ja, wodurch?,</li> <li>· Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? Nein, außer wenn man Tiersendungen oder Dokumentationsfilme wie Galileo sieht. Bei Serien wie etwa AWZ sieht Tanja das nicht.</li> <li>· Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen? „Eigentlich auch nicht, ne.“</li> </ul>
Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Wie, glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>· Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Sich selbst sehen sie halt nicht so besonders.“ „Die haben kein Problem mit sich selber.“</li> <li>· Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Die anderen halt schon als etwas Besonderes, aber sich selber halt nicht so.“ „Die mögen die anderen und so und die sind auch alle nett.“ „Sie wissen, dass sie Fehler gemacht haben. Und sich selber finden sie ok, aber nicht als was Besonderes.“</li> <li>· Wie lösen deine Helden Probleme?</li> <li>· Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Mit Freunden oder halt zusammen.“ „Einfache Sachen, glaube ich, können sie alleine lösen, aber wenn es halt schon darauf ankommt, dann nehmen sie Hilfe an.“</li> <li>· Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein? Sie verlassen sich auf die anderen und beziehen die anderen in ihr Leben mit ein.</li> <li>· Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere? „Ich glaube nicht, dass sie sich was sagen lassen. Aber dass sie sich so richtig sagen ‚das musst du jetzt machen‘, nicht, sondern dass sie sich eher so untereinander abstimmen.“ Sie sind eher keine Führungspersönlichkeiten.</li> <li>· Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind? „Ja, finde ich schon.“</li> <li>· Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen? Bella in Twilight schon, Ricky in H2O eigentlich nicht so. „Weil manchmal ist sie nicht so freundlich, aber dann macht sie es wieder gut. Und für das, was sie gut gemacht hat, kriegt sie schon Respekt, aber eigentlich halt nicht so viel.“</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung? Ja.</li> <li>• Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? Ja.</li> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? In Ricky in H2O hat sich ein kleiner Junge verliebt, weil sie ihn gerettet hat und dann hat sie ihn böse abgewiesen. Anschließend hat sie sich entschuldigt und es wieder gut gemacht. Dann war es wieder ok.</li> </ul>
Parallelen zum eigenen Leben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>• Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ich find mich persönlich ok.“ „Natürlich bin ich nicht immer so nett und manchmal ein bisschen zickig.“</li> <li>• Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Die anderen finde ich alle nett, natürlich gibt es ein paar Leute, die ich nicht so mag. Ich ärgere sie nicht oder so, sondern ignorier sie halt eher. Ich bin freundlich zu Ihnen, aber ich mach halt nichts mit ihnen.“</li> <li>• Wie löst Du Probleme?</li> <li>• Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Ich hol mir auch die anderen, also meine Freundin oder halt andere Freunde.“ „Also wenn es jetzt wie gesagt etwas Einfaches ist, dann schaue ich, dass ich es alleine lösen kann, aber wenn ich es nicht hinkriege, dann hole ich mir Hilfe.“</li> <li>• Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? Tanja verlässt sich auf die anderen und bezieht andere mit ein.</li> <li>• Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere? „Ich führe eigentlich nicht. Ich schaue eher so, was die anderen sagen.“ „Also in der Familie führe ich manchmal schon, aber bei Freunden gar nicht.“</li> <li>• Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist?</li> <li>• Kannst Du durch das was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? „Ich glaube, dass ich genügend Anerkennung und Respekt bekomme. Ich verlange nicht, dass mich jeder mag oder so wie ich ist. Ich kenne das ja selber, ich mag auch nicht jeden, ich komme nicht mit jedem klar. Aber doch, ich glaube schon.“</li> <li>• Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? Ja.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? „Ja, finde ich schon, natürlich habe ich meine Macken, das ist ja klar, aber ich glaube schon, dass meine Stärken anerkannt werden.“</li> <li>Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? „Eigentlich nicht.“</li> </ul>
Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was bedeutet Fernsehen für dich? Könntest Du es entbehren? „Ich finde es ist halt eher so Spaß, was ich manchmal in meiner Freizeit mach, aber so wirklich was fürs Leben oder so bringt es mir jetzt nichts.“</li> <li>Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei? „Ja also Spaß, es muss halt auch spannend sein und halt fantasie reich.“</li> <li>Was wäre anders ohne Fernsehen? „Ja also, ich glaube, es wäre nicht viel anders. Sondern es ist halt einfach so, dass man halt, glaube ich, mehr mit Freunden machen würde. Ich wünsche mir auch manchmal, dass es kein Fernsehen gibt oder so, weil ich ja manchmal auch merke, dass ich zu viel kuck. Ich glaube, es mach süchtig.“  „Ich fände es schöner wenn es nicht da wär, wirklich, also manchmal halt auch nicht.“  „Weil wenn man zum Beispiel jetzt gerade irgendwelche Gedanken hat, die man irgendwie vertreiben möchte oder so, wenn es einem grad schlecht, dann schaue ich halt manchmal Fernsehen, damit ich halt an was anderes denke. Dafür ist Fernsehen glaube ich schon gut, aber so richtig für sonst was anderes eigentlich nicht.“ Für Tanja würde es aber auch ohne Fernsehen gehen.</li> </ul>

### **Protokoll zum Interview mit Martin**

<b>Gesprächsabschnitt</b>	<b>Fragestellung</b>
Einleitung	<p>Intro: Karin interviewt Martin zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden. Martin ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, wie sie die thematisierten Dinge sieht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen geplant. (Kurze Beschreibung des Vorhabens, schriftliche Befragung und nachfolgend Interviews)</p>
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vorname und Geschlecht Martin, männlich</li> <li>Wie alt bist Du?</li> </ul>

	<p>12 Jahre</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• In welche Schule und welche Klasse gehst Du? Mittelschule, 7. Klasse</li> <li>• Wo wohnst Du? Paunzhausen, Land</li> <li>• Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV) Satellit</li> <li>• Siehst Du auch fern im Internet? Nein</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie oft siehst Du fern? täglich</li> <li>• Wann siehst Du am liebsten fern? mittags und abends, so ca. ab 19.00 bis ca. 22.00 Uhr</li> <li>• Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? „nicht wirklich“</li> <li>• Gewohnheiten Wenn mir langweilig ist, wenn ich nichts zu tun habe.</li> <li>• Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen? „Ich finde es eigentlich cool, weil es Zeitvertreib ist, wenn man gerade nichts machen muss oder machen will.“ „Dass man sich vielleicht auch mal entspannen kann.“</li> <li>• Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? „Manchmal mit Freunden, wenn irgendwas Besonderes im Fernsehen war, ein cooler Film oder so.“</li> <li>• Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus? Hauptsächlich in der Schule, z.B. wenn die Freunde auch dasselbe gesehen haben. Zuhause wird bei Martin eher nicht über Fernsehen geredet.</li> <li>• Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? Bei Sendungen, in denen Tests durchgeführt werden, denkt Martin darüber nach, ob er das auch versuchen könnte, z.B. bei Mythbusters auf DMAX wenn ein Motorrad über Wasser fährt, dann überlegt Martin, ob das für ihn auch möglich wäre.</li> <li>• Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung? Belastendes erlebt Martin beim Fernsehen normal nicht, außer wenn er Horrorfilme sieht und anschließend nicht schlafen kann.</li> </ul>

Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? Comedy, Action und Science Fiction Spongebob Barney aus How I met your mother Sheldon aus Big Bang Theory</li>   <li>· Zeichentrick? Die Simpsons, Martin mag auch Manga</li>   <li>· Welche Serien kuckst Du sonst noch, Gerichtsserien, Nanny, How I met your mother, The Big Bang Theory, Die Simpsons; Galileo</li>   <li>· Wer ist für Dich ein Held, was macht einen Helden für Dich aus? „Wenn der irgendwie immer was Abgefahrenes macht.“ „Wenn der leicht verrückt ist oder cool.“</li>   <li>· Wer sind Deine Lieblingshelden konkret? Beispiele! Spongebob Barney aus How I met your mother Sheldon aus Big Bang Theory</li>   <li>· Mir hat eine Heldin oder ein Held besonders gut gefallen, weil... „Weil die halt nicht so normal sind und halt immer irgendwas Verrücktes machen.“</li>   <li>· Was gefällt dir an diesen Helden besonders gut? Bei Sheldon z.B. „die Aussprache un alles, wie der so ist“.</li>   <li>· Sind deine Helden besonders stark? Perfekt? Schnell? „Spongebob, keine Ahnung, den kann man irgendwie nicht beschreiben, ist irgendwie alles, der Sheldon ist einfach nur besonders klug oder schlau und Barney macht irgendwie immer alles perfekt.“ Besonders stark sind sie nicht.</li>   <li>· Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen? „Ja, würde ich jetzt schon sagen.“ „Ja.“</li>   <li>· Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft? „Ich schätze ja. Also für mich ein wenig, für andere, ich schätze auch, ja.“ „Ein bisschen, aber nicht wirklich.“</li>   <li>· Wodurch sind sie Vorbilder? „Weil die halt immer irgendwas anders machen.“ Weil sie witzig sind.</li>   <li>· Sagen sie anderen, wo es lang geht?</li> </ul>
---------------------------	---

	<p>„Ja.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen? „Ne, ich würde eher sagen, die befehlen.“ Sie tun nicht das, was andere von Ihnen wollen, eher andersherum. Sie tun das, was sei für richtig halten. (auf Nachfrage)</li> <li>• Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst? weiche, angepasste</li> <li>• Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg? „Naja, nicht wirklich.“ Sie sind weich und angepasst, weil sie nicht viel machen. Sie sind keine starken Typen, sie sind eher schlauer als die starken Typen. Sie überlisten die starken Typen wohl eher. (auf Nachfrage) Sie bemühen sich „nicht wirklich“ um die Belange oder Interessen anderer. Sie gehen in erster Linie ihren eigenen Weg. (auf Nachfrage)</li> <li>• Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie? „Ich glaub, ich bin auch wohl eher so ein Typ.“</li> <li>• In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie? Ja.</li> <li>• Was tust Du, um so zu sein wie sie? „Nein, ich lass es glaub ich eher so drauf ankommen, dass es so passt, aber nicht dass ich etwas dafür tue.“</li> <li>• Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie? „Ne, eigentlich nicht.“</li> <li>• Was tust Du dann, wenn es nicht geht? Nein.</li> </ul>
Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Balls), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was daran gefällt Dir? DB: „Ja, ich mag es.“ „Ich finde es gut, dass sie so stark sind.“ AWZ: Das gefällt Martin nicht.</li> <li>• Was gefällt Dir nicht? DB: „Ne, nicht wirklich.“ AWZ: „Finde ich ein bisschen langweilig solche Serien, zu real, zu lahm.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Warum? DB: Martin mag japanische Mangaserien. AWZ: Serien, die das alltägliche Leben abbilden, gefallen Martin allgemein nicht. Die findet er langweilig.</li> <li>Was würdest Du anders machen und warum? DB: Nichts. AWZ: „Falls ich da was anders machen würde, würde ich es irgendwie so machen, dass da noch irgendwas Witziges passiert oder, weil da geht es ja immer nur die ganze Zeit um Ernstes, ein bisschen Comedy reinbringen.“</li> <li>Wer kann für dich ein Vorbild sein und wer nicht? Held aus Dragon Ball ist für Martin Son Goku, weil der sehr stark ist und einfach alles zerstören kann. Der kann für Martin ein Vorbild sein, weil er auch schlau ist. „Es muss halt beides stimmen, weil es gibt auch starke Typen, die einfach strunzdumm sind.“ Aus AWZ kann für Martin niemand Vorbild sein.</li> <li>Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein? „Vielleicht für das eigene Verhalten, aber für das eigene Leben nicht wirklich.“ Aus AWZ kann Martin auch nichts für sein Leben lernen.</li> <li>Wenn ja, wodurch? „Ja, keine Ahnung, wenn jetzt aus irgendwelchen Serien einer so gelassen und cool ist, dass man vielleicht im echten Leben auch so gelassen ist und so.“ Für andere vielleicht auch, wenn jemand sehr stark ist, für sich selbst sieht Martin das nicht so.</li> <li>Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? „Nein, nicht wirklich, vielleicht bei ein paar Serien, dass man ein bisschen was lernen kann. Aber das meiste ist ja einfach nur ne Lüge, also ausgedacht oder eh Unsinn.“</li> <li>Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen? „Na ja, jetzt nicht unbedingt.“</li> </ul>
Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wie glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ja ich glaub, die finden sich ganz normal, aber die anderen finden sie nicht so normal.“ Sie wissen aber schon, dass sei etwas Besonderes sind und wissen, dass sie sich von der Gruppe abheben.</li> <li>Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Die anderen finden sie nicht so ok, weil die halt anders sind als sie selber und da finden sie sie nicht so ok.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie lösen deine Helden Probleme?</li> <li>• Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? Alleine.</li> <li>• Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein? Ja. Sie beziehen andere „nicht wirklich“ mit ein.</li> <li>• Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere? „Nö, nur an sich.“ Die Helden führen die anderen.</li> <li>• Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind? „Glaub nicht. Weil die vieles falsch machen und sich selber denken, dass es richtig ist.“</li> <li>• Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen? „Ja. Nicht von allen, aber von ein paar.“</li> <li>• Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung? Ja. „Ja, würde ich schon sagen.“</li> <li>• Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? Ja.</li> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? „Zum Beispiel, dass sie besonders klug sind oder etwas besonders gut machen.“</li> </ul>
Parallelen zum eigenen Leben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>• Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ja, glaub schon.“</li> <li>• Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Ganz ok.“</li> <li>• Wie löst Du Probleme? „Erstmal versuche ich es allein.“</li> <li>• Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? Wenn Martin etwas alleine nicht schafft, dann bezieht er andere mit ein.</li> <li>• Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? Ja.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere? „Nö.“ „Kommt drauf an, bei wem. Bei fast allen meinen Freunden, da führe ich die so mehr. Bei anderen, die führen dann mich.“ „Die halt stärker oder sowas sind.“</li> <li>• Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist? Ja.</li> <li>• Kannst Du durch das was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? „Für das meiste, nicht für alles, aber für das meiste.“</li> <li>• Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? „Ja, würde ich schon sagen.“ „Würde ich bekommen.“ „Manchmal brauche ich das nicht oder so.“</li> <li>• Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? „Ja, würde ich schon sagen.“</li> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? „Ich bin halt sowas wie ein Klassenclown in unserer Klasse, wenn ich dann irgendwas mache in der Klasse, dann fangen die anderen an zu lachen.“ Das gefällt den anderen dann.</li> </ul>
Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Was bedeutet Fernsehen für dich? Könntest Du es entbehren? Entspannung, Loslassen, Zeitvertreib</li> <li>• Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei? „Dass ich lache, wenn ich zum Beispiel bei Comedyserien kucke, oft lache.“ Das erlebt Martin mit Freunden schon auch, aber beim Fernsehen mehr.</li> <li>• Was wäre anders ohne Fernsehen? „Ich glaub, da wäre es ein bisschen langweiliger.“ Ohne Fernsehen würde es für Martin auch gehen, er würde es überstehen, aber er würde es nicht missen wollen.</li> </ul>

### ***Protokoll zum Interview mit Benjamin***

<b>Gesprächsabschnitt</b>	<b>Fragestellung</b>
Einleitung	<p>Intro:</p> <p>Karin interviewt Benjamin zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden. Benjamin ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, wie sie die thematisierten Dinge sieht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen geplant.</p>



	(Kurze Beschreibung des Vorhabens, schriftliche Befragung und nachfolgend Interviews)
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorname und Geschlecht Benjamin, männlich</li> <li>• Wie alt bist Du? 13 Jahre</li> <li>• In welche Schule und welche Klasse gehst Du? Realschule, 8. Klasse</li> <li>• Wo wohnst Du? Gerolsbach, Land</li> <li>• Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV) Satellit</li> <li>• Siehst Du auch fern im Internet? Nein</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie oft siehst Du fern? täglich</li> <li>• Wann siehst Du am liebsten fern? abends und nachmittags, ab ca. 17.00 Uhr</li> <li>• Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? Nein</li> <li>• Gewohnheiten Entspannung</li> <li>• Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen?</li> <li>• Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? Ja, in der Familie, mit Verwandten, in der Schule manchmal</li> <li>• Ist es wichtig, mit anderen darüber zu reden? „Es gibt wichtigere Sachen“, aber es gehört dazu.</li> <li>• Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus? „Um was es ging und dann diskutieren wir halt über die Personen darin.“</li> <li>• Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? Ja. Dokumentationen, wenn irgendwas erklärt wird.</li> <li>• Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung?</li> </ul>

	Zum Beispiel Titanic. Aber eher selten.
Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? Verdachtsfälle, Galileo Filme am Abend, da bestimmt vorwiegend die Mutter das Programm</li> <li>Zeichentrick? Nein.</li> <li>Welche Serien kuckst Du sonst noch, Gerichtsserien, Nanny, keine weiteren</li> <li>Wer ist für Dich ein Held, was macht einen Helden für Dich aus? nett, sympathisch „Er muss irgendwas besonders können.“</li> <li>Wer wäre für Dich im normalen Leben ein Held oder eine Heldin?</li> <li>Wer sind Deine Lieblingshelden konkret? Beispiele! Bei Verdachtsfälle keine, bei Galileo manchmal, aber Benjamin fällt kein konkretes Beispiel ein.</li> <li>Mir hat eine Heldin oder ein Held besonders gut gefallen, weil...</li> <li>Was gefällt dir an diesen Helden besonders gut? Wenn, dann sind es nette. (auf Nachfrage)</li> <li>Sind deine Helden besonders stark? Perfekt? Schnell? „Das ist eigentlich egal.“ Perfekt nicht.</li> <li>Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen? „So halb halb.“</li> <li>Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft? „Das weiß ich nicht, ob das Vorbilder für andere sind.“ Für Benjamin sind es keine Vorbilder. Typen, die anderen helfen, findet Benjamin aber schon gut.</li> <li>Sagen sie anderen, wo es lang geht? Benjamin gefallen eher Typen, die andern sagen, wo es lang geht.</li> <li>Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen? „Nein eher nicht so.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst? Selbstbewusst.</li> <li>• Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg? Es ist Benjamin aber wichtig, dass sie auch auf andere schauen.</li> <li>• Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie? „Nein, ich bin ganz anders.“ „Nein, ich müsste jetzt nicht so sein.“</li> <li>• In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie? Keine.</li> <li>• Was tust Du, um so zu sein wie sie? Nichts.</li> <li>• Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie? Nein.</li> <li>• Was tust Du dann, wenn es nicht geht? Nichts.</li> </ul>
Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Balls), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gefällt Dir das? Was daran gefällt Dir? DB: Nein. AWZ: Schaut Benjamin nicht oft, Unter uns sieht er manchmal. Realserien mit echten Schauspielern gefallen ihm besser als Zeichentrick, aber man müsste sie regelmäßig sehen, „damit man sich reindenken kann“.</li> <li>• Was gefällt Dir nicht? DB: Zeichentrick, Superkräfte und Monster mag Benjamin nicht. AWZ: „An einem gewissen Punkt ist es halt dann schon langweilig.“</li> <li>• Warum? DB: Das ist zu kindhaft. Benjamin glaubt, dass das keiner in seiner Altersgruppe sieht. AWZ: langweilig</li> <li>• Was würdest Du anders machen und warum? DB: „Kein Zeichentrick und diese Kräfte da weglassen und die Drachen auch, eigentlich fast alles.“ AWZ: „Wüsste ich jetzt nicht, ich schaue ich es nicht an, deswegen könnte ich das jetzt nicht.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wer kann für dich ein Vorbild sein und wer nicht? DB: „Wenn dann der Starke da“, Son Goku AWZ: „Ja, da könnten schon welche dabei sein.“ „Dass sie halt auf anderen schauen“, gefällt Benjamin da. In den Real-Serien gefallen Benjamin die Personen, die sich um andere kümmern und anderen helfen. (auf Nachfrage)</li> <li>• Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein? DB: Nein. AWZ: „Ich glaub's nicht.“ „Teilweise ja und teilweise nein.“ Wenn dann Realserien wie etwa „Unter uns“ „Manchmal merkt man aber schon, dass das vielleicht auch gespielt ist.“</li> <li>• Wenn ja, wodurch? Eher bei alltagsnahen Situationen. (auf Nachfrage)</li> <li>• Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? „Ja, schon.“ Real: „Also nicht viel zumindest.“</li> <li>• Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen? „Ja, sein Verhalten halt.“</li> </ul>
Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>• Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ganz normal, schätze ich mal.“</li> <li>• Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Die sind auch ok.“ Benjamin glaubt nicht, dass sich seine Helden für etwas Besseres als andere halten. (auf Nachfrage)</li> <li>• Wie lösen deine Helden Probleme?</li> <li>• Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Zusammen mit anderen.“</li> <li>• Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein? „Die verlassen sich nicht auf andere, aber sie machen das halt dann zusammen.“ Sie beziehen andere mit ein.</li> <li>• Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere? „Nein.“ Die führen andere.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind? „Geht schon.“ „So mittel halt.“</li> <li>• Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen? „Von manchen ja, von manchen nicht.“</li> <li>• Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung? „Ich glaube es nicht.“ Benjamin glaubt, dass sie eher einsam sind. (auf Nachfrage) Benjamin glaubt, sie haben nicht so viele Freunde.  Unterstützung: „Kommt halt darauf an, was sie für ein Problem haben.“</li> <li>• Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? „Ja.“ „Wenn man im Fernsehen ist schon.“</li> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? Nein.</li> </ul>
Parallelen zum eigenen Leben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>• Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ich fühl mich schon in Ordnung.“ Benjamin glaubt, er hat es hier leichter als Fernsehhelden, weil die mehr in der Öffentlichkeit stehen.</li> <li>• Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? Ja.</li> <li>• Wie löst Du Probleme? Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Zu mehreren.“ Benjamin bezieht auch andere mit ein. (auf Nachfrage)</li> <li>• Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? „Ich verlasse mich auf mich selber.“ Benjamin verlässt sich erst auf sich selbst, bezieht andere aber mit ein. (auf Nachfrage)</li> <li>• Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere? „Nein, nicht so viel.“</li> <li>• Bist Du ein Typ, der andere führt? „Nein, das bin ich nicht, ich lass mich führen.“</li> <li>• Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist? „Ja, schon.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Kannst Du durch das was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? „Ja.“</li> <li>· Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? „Schon.“</li> <li>· Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? „Manchmal.“ Hier glaubt Benjamin, hat es eine Person aus dem Fernsehen leichter. (auf Nachfrage)</li> <li>· Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? Nein.</li> </ul>
Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Was bedeutet Fernsehen für dich? Könntest Du es entbehren? Entspannung</li> <li>· Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei? „Wenn jetzt so Detektive kommen oder wenn sie in Galileo irgendetwas aufklären.“ Das gefällt Benjamin besonders am Fernsehen, das findet er spannend. (auf Nachfrage)</li> <li>· Was wäre anders ohne Fernsehen? „Langweiliger wäre es.“ Ohne Fernsehen ginge es für Benjamin nicht, er möchte es schon haben.</li> </ul>

### **Protokoll zum Interview mit Markus**

<b>Gesprächsabschnitt</b>	<b>Fragestellung</b>
Einleitung	<p>Intro: Hier sitzen Karin und Markus, Karin interviewt Markus zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden. Markus ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, wie er die thematisierten Dinge sieht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen geplant. (Kurze Beschreibung des Vorhabens, schriftliche Befragung und nachfolgend Interviews)</p>
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Vorname und Geschlecht Markus, männlich</li> <li>· Wie alt bist Du? 12 Jahre</li> <li>· In welche Schule und welche Klasse gehst Du?</li> </ul>

	<p>Realschule, 7. Klasse</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wo wohnst Du? München</li> <li>• Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV) Satellit</li> <li>• Siehst Du auch fern im Internet? Eher selten.</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie oft siehst Du fern? 2x die Woche, „immer wenn ich am Wochenende ausschlafen kann“</li> <li>• Wann siehst Du am liebsten fern? „immer am Abend, ab sieben halt nach dem Abendessen“ „Aber wir dürfen auch manchmal bis zehn schauen.“</li> <li>• Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? „Ja, wie lange und wann wir schauen dürfen.“ Das spricht Markus vorher mit den Eltern ab. (auf Nachfrage)</li> <li>• Gewohnheiten</li> <li>• Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen? Unterhaltung</li> <li>• Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? Ja, mit Freunden.</li> <li>• Ist es wichtig, mit anderen darüber zu reden? Nein.</li> <li>• Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus? „In der Pause meistens, meistens wahrscheinlich über Fußball.“ Über Serien oder Filme reden sie nicht so oft, „eigentlich gar nicht“.</li> </ul> <p>Mit den Eltern redet Markus nicht über Fernsehen, er redet dann über Fernsehen, „wenn es sich ergibt“, meistens mit seinem Bruder. Mit seinem Bruder sieht Markus auch gemeinsam fern.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? Nein.</li> <li>• Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung? „Warum die Leute manchmal sowas machen, zum Beispiel bei Terroranschlägen.“ (auf Nachfrage nach Nachrichten)</li> </ul>

Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? Zeichentrickfilme, Super RTL und Kika Was zu Markus' Fernsehzeit dort läuft.</li>   <li>· Zeichentrick? Ja.</li>   <li>· Was gefällt Dir daran besonders gut? (Asterix) schlau (auf Nachfrage)</li>   <li>· Welche Serien kuckst Du sonst noch, Gerichtsserien, Nanny, was gerade läuft, wenn Markus fernsieht.</li>   <li>· Wer ist für Dich ein Held, was macht einen Helden für Dich aus? „Die Superstarken nicht.“</li>   <li>· Wer wäre für Dich im normalen Leben ein Held oder eine Heldin?</li>   <li>· Wer sind Deine Lieblingshelden konkret? Beispiele! Asterix</li>   <li>· Mir hat eine Heldin oder ein Held besonders gut gefallen, weil... ... er schlau ist. (auf Nachfrage)</li>   <li>· Was gefällt dir an diesen Helden besonders gut? An Asterix gefällt Markus besonders gut, dass er „listig“ ist.</li>   <li>· Sind deine Helden besonders stark? Schnell? Perfekt? „Nein. Ja, auch. Nein.“</li>   <li>· Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen? „Nein. Nein, auch nicht.“</li>   <li>· Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft? „So la la.“ Manchmal schon, manchmal nicht. (auf Nachfrage) Asterix hilft anderen oft, das gefällt Markus. (auf Nachfrage)</li>   <li>· Sagen sie anderen, wo es lang geht? Nein, aber er lässt sich auch nicht sagen, wo es lang geht. „Ich glaub, ein bisserl sagt er schon, wenn irgendwas falsch ist.“ Obelix sagt er schon, wo es lang geht. (auf Nachfrage) „Wenn er noch ein paar Römer verhauen will.“</li> </ul>
---------------------------	---



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen? „Ja, würde ich sagen.“ Asterix macht sowohl das, was andere von ihm wollen als auch was er selbst für richtig hält. (auf Nachfrage) „Beides“</li> <li>• Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst? „Weiß ich nicht, vielleicht beides.“ Weich und angepasst ist er, „zum Beispiel hilft er dem Häuptling“, stark ist er, „zum Beispiel, wenn da eine Falle ist oder so“. Stark ist er auch, wenn er Römer verhaut. (auf Nachfrage)</li> <li>• Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg? Er kümmert sich viel um die Interessen anderer.</li> <li>• Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie? „Das kann ich jetzt nicht sagen.“ „Auch nicht unbedingt.“</li> <li>• In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie? Manchmal, zum Beispiel beim Zauberkranke.</li> <li>• Was tust Du, um so zu sein wie sie? Nichts.</li> <li>• Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie? Nein.</li> <li>• Was tust Du dann, wenn es nicht geht? Nichts.</li> </ul>
Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Balls), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was daran gefällt Dir? Wie gefällt Dir das? DB: „Geht eigentlich, ganz so gut finde ich es nicht, aber es ist auch nicht ganz so schlecht.“ Markus gefällt „der Kleine“ und das „mit der Weltherrschaft und sowas“. AWZ: „Ich mag lieber Zeichentrickfilme und Fantasy. Das gefällt mir nicht so.“ „Mir gefällt eher Science Fiction mit Drachen zum Beispiel und anderen Sachen.“</li> <li>• Was gefällt Dir nicht? DB: „Was ich nicht so gut finde ist, dass sie alle so übermächtig stark sind.“ AWZ: „Sowas finde ich eher irgendwie langweilig.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Was würdest Du anders machen und warum? DB: „Dass die Leute zum Beispiel unterschiedliche Kräfte haben, nicht alle irgendwie total gleich sind.“ „Aber sonst finde ich es eigentlich total gut.“ AWZ: „Dann würde es mir wahrscheinlich gefallen, aber“ ... das ist nicht Markus Geschmack.</li> <li>• Wer kann für dich ein Vorbild sein und wer nicht? Ist da jemand dabei? DB: Nein. AWZ: Nein.</li> <li>• Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein? DB: „Ja, glaub schon.“ AWZ: Nein.</li> <li>• Wenn ja, wodurch? „Zum Beispiel, wenn eine Figur Fehler macht oder sowas, dass man die selber dann nicht auch macht.“</li> <li>• Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? DB: „Ja, glaub schon.“ AWZ: „Von den Abschnitten jetzt nicht. Ich glaube, ich würde sowas auch nicht schauen.“ Markus sieht keine Vorabendsoaps.</li> <li>• Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen? „Schon, aber es ist auch irgendwie ein Film und nicht ganz reales Leben, deswegen so fifty fifty.“</li> </ul>
Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>• Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Nicht unbedingt.“ „Ganz normal.“</li> <li>• Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? Ja.</li> <li>• Wie lösen deine Helden Probleme?</li> <li>• Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Was gerade zur Verfügung ist, also auch allein, aber auch wenn andere dabei sind, dann auch mit anderen.“</li> <li>• Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein? „Auf die anderen auch.“</li> <li>• Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere? „Glaub wieder geteilt.“</li> </ul>

	<p>Je nach Situation unterschiedlich. (auf Nachfrage)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind? Ja.</li> <li>• Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen? Ja.</li> <li>• Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung? Ja. Ja.</li> <li>• Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? Ja.</li> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? „Zum Beispiel jetzt bei Asterix und Obelix, die sind die besten Krieger. Die werden geschickt, weil Obelix stark ist und Asterix schlau.“ Das wird von ihrer Umgebung anerkannt. (auf Nachfrage)</li> </ul>
Parallelen zum eigenen Leben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>• Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? Ja.</li> <li>• Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? Ja.</li> <li>• Glaubst Du, dass Du es da leichter hast als die Fernsehhelden oder schwerer? „Ich glaub leichter manchmal, aber auch manchmal schwerer.“ leichter: „Ich muss zum Beispiel nicht auf Fahrten irgendwo hin fahren, um andere zu retten.“ Markus muss nicht so spektakuläre Dinge tun. (auf Nachfrage) schwerer: „Zum Beispiel beim Jagen haben die Zaubertrank.“</li> <li>• Wie löst Du Probleme? Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Auch geteilt.“ Wenn andere da sind, dann nimmt Markus deren schon auch in Anspruch. (auf Nachfrage) „meistens, vielleicht auch nicht“</li> <li>• Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? „Auch geteilt.“</li> <li>• Markus versucht es erst mal selbst. Er bezieht andere nicht sehr stark mit ein.</li> <li>• Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere? Manchmal.</li> </ul>

	<p>Markus hält sich nicht für einen Führungstypen. „Nein, ich mag nicht im Mittelpunkt stehen.“ Markus lässt sich aber auch nicht gerne führen, er macht lieber seins, aber nicht im Mittelpunkt.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist? Markus muss nichts Besonderes machen, um für die anderen ok zu sein.</li> <li>Kannst Du durch das was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? Ja. „Jein.“ „Nicht so stark wie ein Fernsehheld.“</li> <li>Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? Ja.</li> <li>Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? Ja. Das hält Markus bei sich selbst auch nicht für schwieriger als bei den Fernsehhelden.</li> <li>Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? „Zum Beispiel kann ich gut basteln oder so.“</li> <li>Das sehen die anderen auch und sagen das auch. (auf Nachfrage)</li> </ul>
Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was bedeutet Fernsehen für dich? Unterhaltung, Zeitvertreib</li> <li>Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei? „Weiß nicht.“</li> <li>Was wäre anders ohne Fernsehen? „Weiß ich auch nicht. Ich wär mehr draußen glaube ich. Ich weiß jetzt nicht, ob ich mehr draußen wäre, ich würde andere Dinge tun auf jeden Fall.“</li> <li>Würdest Du es entbehren wollen, oder ist es schon etwas, was Du auf jeden Fall behalten möchtest? „Also so schlimm finde ich es jetzt nicht.“ „Aber man schaut halt auch gern.“ Markus könnte zur Not auch ohne Fernsehen. (auf Nachfrage) Es ist aber schon schön. (auf Nachfrage)</li> </ul>

### **Protokoll zum Interview mit Jannick**

Gesprächsabschnitt	Fragestellung
Einleitung	<p>Intro:          Hier sitzen Karin und Jannick, Karin interviewt Jannick zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden.          Jannick ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, wie er die thematisierten Dinge sieht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen geplant.          (Kurze Beschreibung des Vorhabens, schriftliche Befragung und nachfolgend Interviews)</p>
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Vorname und Geschlecht Jannick, männlich</li> <li>· Wie alt bist Du? 13 Jahre</li> <li>· In welche Schule und welche Klasse gehst Du? Europäische Schule, 7. Klasse</li> <li>· Wo wohnst Du? München</li> <li>· Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV) Kabel</li> <li>· Siehst Du auch fern im Internet? Ja, manchmal.</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Wie oft siehst Du fern? täglich, ca. 1-2 Stunden</li> <li>· Wann siehst Du am liebsten fern? am Abend, ab 20 Uhr</li> <li>· Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? Nein. „Die sagen schon irgendwann, dass jetzt Schluss ist, aber meistens höre ich alleine auf, weil irgendwann wird mir langweilig.“</li> <li>· Gewohnheiten  Viel PRO7, viele Serien, z.B. „How I met your mother“ Komödien, Action</li> <li>· Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen? Entspannung</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? Mit den Freunden in der Schule, „wenn sie das Gleiche gesehen haben, aber nicht sehr oft“</li> <li>• Ist es wichtig, mit anderen darüber zu reden? Nein.</li> <li>• Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus? „wenn man mal so auf das Gesprächsthema draufkommt“ „aber nur ganz kurz, es ist nicht, dass wir ewig lang drüber reden“</li> <li>• Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? „Ja, zum Beispiel wenn ich eine Folge nicht zu Ende sehen durfte oder wenn es ein offenes Ende war bei einem Film zum Beispiel, das geht mir zum Beispiel nach.“ Belastendes sieht Jannick im Fernsehen nicht.</li> <li>• Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung?</li> </ul>
Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? Freitagabendfilm, „How I met your mother“, die Serien, die da kommen „Germanys next Topmodel, aber das kucke ich nicht an“ „Die Simpsons“ „Wahrscheinlich Personen, die nicht so rausstehen, also die jetzt nicht super-toll sind, sondern eher die Underdogs.“ Früher als Kind war Jannick großer Fan von Spiderman.</li> <li>• Zeichentrick? „Die Simpsons“</li> <li>• Was gefällt Dir daran besonders gut? die Hauptfiguren, z.B. bei „How I met your mother“ sind alle ganz ok, die Hauptfigur Ted ist ok</li> <li>• Welche Serien kuckst Du sonst noch, Gerichtsserien, Nanny, siehe oben</li> <li>• Wer ist für Dich ein Held, was macht einen Helden für Dich aus? positive Ausstrahlung „So wie ich halt, also ganz normal.“</li> <li>• Wer wäre für Dich im normalen Leben ein Held oder eine Heldin?</li> <li>• Wer sind Deine Lieblingshelden konkret? Beispiele! Ted bei „How I met your mother“</li> </ul>

- Was gefällt dir an diesen Helden besonders gut?  
Dass sie ganz normal sind.
- Sind deine Helden besonders stark? Perfekt? Schnell?  
Nein, nichts davon, ganz normal.
- Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen?  
„Ja, also dass sie vielleicht im Verlauf der Serie oder des Films lernen, dass man sich anstrengen muss, um sein Ziel zu erreichen.“  
„Ja manchmal, nein, also habe ich nie drauf geachtet, weil ich jetzt nicht.“
- Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft?  
„Nee.“  
„Ja sowas.“
- Sagen sie anderen, wo es lang geht?  
„Nee, eher nicht.“
- Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen?  
Ja.
- Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst?  
„Weich, angepasst.“
- Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg?  
„Ja, also Mitgefühl haben die schon.“  
„Nö. Ich find's nun mal gut, wenn derjenige vielleicht eine Familie hat.“  
Die schauen auch auf andere. (auf Nachfrage)
- Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie?  
„Manchmal schon, manchmal vielleicht das komplette Gegenteil.“  
„Ich habe schon mal, dass ich dann perfekt sein will und alles besser mache.“
- In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie?  
„Vielleicht wenn es mal irgendwo nicht so gut läuft, zum Beispiel in der Schule oder mit Freunden oder so, da schon.“
- Was tust Du, um so zu sein wie sie?  
Nichts.
- Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie?  
„Nö, es wäre halt cool, täte man so sein.“

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was tust Du dann, wenn es nicht geht? Nichts.</li> </ul>
Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Balls), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gefällt Dir so etwas? Was daran gefällt Dir? DB: „Das ist ein bisschen kindisch, also wäre nix für mich.“ AWZ: „Ja, es war ein bisschen besser, aber es hat nicht wirklich eine Geschichte.“</li> <li>Was gefällt Dir nicht? DB: „Mir hat's generell einfach nicht so gut gefallen.“ AWZ: „Weiß ich jetzt nicht. Ich täte es generell nicht gucken, weil es mir einfach nicht so gefällt, mit den Charakteren täte ich nicht mitfühlen.“</li> <li>Warum? DB: In Jannicks Augen ist das etwas für kleinere Kinder. (auf Nachfrage) AWZ: „Ja, so war es ganz ok, aber ich täte das halt jetzt nicht jeden Tag gucken.“</li> <li>Was würdest Du anders machen und warum? DB: „Weiß ich jetzt nicht.“ AWZ: „Keine Ahnung.“</li> <li>Kann da für dich ein Vorbild sein, wer und wer nicht? DB: Nein. AWZ: „Nö, weil ich habe die jetzt erst gerade so gesehen.“</li> <li>Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein? DB: „Ja, aber ich täte jetzt nicht so massiv auf das eingehen, also das Leben auf die Fernsehserie basieren. Man muss seine eigenen Entscheidungen treffen.“ AWZ: Nein.</li> <li>Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? „Ja, vielleicht wie man mit anderen umgehen soll. Aber ich basiere mein Verhalten jetzt nicht auf Fernsehen.“ „Doch schon, aber ich täte mich jetzt nicht auf eine Fernsehserie basieren, wie ich mich verhalte.“</li> <li>Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen? Nein. „Ja vielleicht, wie man mit anderen Menschen umgeht, vielleicht wenn man in einer Beziehung steht, beziehungstechnisch, dass man nicht nur auf sich selbst achtet und sowas.“</li> </ul>



Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>• Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ich glaub, die finden sich ok oder schlechter. Manchmal wünschen die wahrscheinlich, dass sie so wären wie die anderen.“ Jannick glaubt nicht, dass sie sich für etwas Besonderes halten. (auf Nachfrage)</li> <li>• Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Ganz normal, vielleicht mögen sie sie, das weiß ich nicht.“</li> <li>• Wie lösen deine Helden Probleme?</li> <li>• Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Beides, wenn es gerade nicht zusammen geht, dann alleine.“ Wenn andere da sind, „dann vielleicht alleine, wenn es etwas Persönliches ist, aber wahrscheinlich zusammen“</li> <li>• Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein? „Sie verlassen sich auf sich selbst, aber auch auf andere, nicht so stark auf andere, also sie machen es lieber schon mal alleine.“ Ja, sie beziehen andere mit ein. (auf Nachfrage)</li> <li>• Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere? Sie orientieren sich an anderen.</li> <li>• Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind? Ja.</li> <li>• Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen? „Ja. Manchmal nicht, manchmal werden sie gehänselt.“</li> <li>• Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung? „Ja, sie haben schon Freunde.“ Ja, sie bekommen Unterstützung.</li> <li>• Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? Nein. Eher zu wenig. (auf Nachfrage)</li> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? Nein.</li> </ul>
Parallelen zum eigenen Leben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>• Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? Ja.</li> <li>• Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung?</li> </ul>

	<p>„Ja. Ich würde jetzt nicht sagen, dass meine Leute Scheiße sind. Die sind so, wie die sind, da kann man nichts dran ändern.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wie löst Du Probleme? Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „In der Schule müssen wir es meistens alleine machen, also in einem Test. Aber wenn, täte ich es lieber zusammen machen.“</li> <li>Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? „Ich würde schon sagen, dass ich mich auf andere verlasse.“</li> <li>Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere? „Manchmal, manchmal nicht, aber ich bin nicht so der Führer.“ „Ich mache schon mein eigenes Zeug, ich bin halt jetzt nicht so ein Hipster, der immer das vormacht.“</li> <li>Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist? „Ja, ich denk schon.“</li> <li>Kannst Du durch das was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? Ja.</li> <li>Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? Ja, beides. Das ist bei Jannick auch nicht viel anders als bei den Leuten im Fernsehen. (auf Nachfrage)</li> <li>Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? Ja. Jannick glaubt, er hat es nicht schwerer als ein Fernsehheld, er glaubt, das ist gleich. (auf Nachfrage)</li> <li>Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? „Schwer zu sagen, nein, da weiß ich jetzt kein Beispiel.“</li> </ul>
Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was bedeutet Fernsehen für dich? Könntest Du es entbehren? „Abschalten, mal nicht so gestresst sein.“</li> <li>Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei? Keine.</li> <li>Was wäre anders ohne Fernsehen? „Also, wenn jetzt andere Leute schon fernsehen könnten und ich nicht, wahrscheinlich nicht das wissen, was die anderen wissen, nicht mitreden können.“ „Ich glaub schon, dass ich ohne Fernsehen auskommen würde.“ „Also es ist jetzt nicht so ein großer Faktor in meinem Leben, vielleicht bemerke ich es auch nicht“ Jannick findet es ganz angenehm, könnte zur Not aber auch ohne Fernsehen leben. (auf Nachfrage)</li> </ul>

	Problem wäre eher, wenn die anderen fernsehen und Jannick nicht, weil er dann ausgeschlossen wäre. (auf Nachfrage)
--	--

### **Protokoll zum Interview mit Jana**

<b>Gesprächsabschnitt</b>	<b>Fragestellung</b>
Einleitung	<p>Intro:          Hier sitzen Karin und Jana, Karin interviewt Jana zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden.          Jana ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, wie sie die thematisierten Dinge sieht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen geplant.          (Kurze Beschreibung des Vorhabens, schriftliche Befragung und nachfolgend Interviews)</p>
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vorname und Geschlecht Jana, weiblich</li> <li>• Wie alt bist Du? 13 Jahre</li> <li>• In welche Schule und welche Klasse gehst Du? Gymnasium, 7. Klasse</li> <li>• Wo wohnst Du? München</li> <li>• Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV) Satellit</li> <li>• Siehst Du auch fern im Internet? Ja, manchmal.</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie oft siehst Du fern? 1-2x die Woche, am Wochenende oder wenn Jana krank ist</li> <li>• Wann siehst Du am liebsten fern? ab 19.00 Uhr am Wochenende, auch noch nach 20.00 Uhr, aber nicht soviel</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? Nicht unbedingt, Jana braucht keine Regeln, weil sie nicht viel kuckt, weil es ihr sonst langweilig wird.</li> <li>• Gewohnheiten „Ich mag gern PRO7.“ „Mich nervt total die Werbung.“</li> <li>• Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen? „Germanys next Topmodel“, interessant Zeitvertreib, spannend und lustig</li> <li>• Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? „Ja, über Germanys next Topmodel halt oft.“ „mit meinen besten Freundinnen“, die sehen die Serie auch.</li> <li>• Ist es wichtig, mit anderen darüber zu reden? „Nein, das ist einfach nur so, das machen wir halt, wenn wir kein Thema haben.“</li> <li>• Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus? In der Schule im Unterricht, die Mädchen tauschen sich dann aus, wer rausgeflogen ist und wer wem besonders gut gefällt, wen sie unterstützen, was sie toll finden und was nicht.</li> <li>• Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? „Ja, manchmal wenn irgendwie meine Oma im Fernsehen sowas kuckt, irgendso eine Dokumentation, wo so ganz viele sterben oder über den Krieg.“ Darüber spricht Jana aber nicht mit jemandem, „das baue ich meistens in meine Träume ein“, „es ist dann weg“.</li> <li>• Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung? Nichts.</li> </ul>
Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? Germanys next Topmodel Game of Thrones Gossip Girl Pretty little liars Big Bang Theory How I met your mother früher auch Phineas and Ferb  Daenerys (Game of Thrones) Emily (Pretty little liars, „die ist lesbisch, glaube ich“) Ted (How I met your mother, „die Hauptperson, die alles erzählt“) Sheldon (Big Bang Theory)</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Was gefällt Dir daran besonders gut? „Sheldon, einfach weil er so besonders ist, also der ist ja ein bisschen komisch“ „Daenerys, weil sie ist auch total hübsch und weil sie halt mit Drachen was macht, das ist total cool und weil sie auch insgesamt sehr sympathisch ist“</li>   <li>• Wer ist für Dich ein Held, was macht einen Helden für Dich aus? „Sie müssen Humor haben. Sie müssen sympathisch sein irgendwie und sie müssen halt auch irgendwie style haben.“</li>   <li>• Wer sind Deine Lieblingshelden konkret? Beispiele! Sheldon, Daenerys, Emily, Ted, Sheldon (siehe oben)</li>   <li>• Mir hat eine Heldin oder ein Held besonders gut gefallen, weil... ... sie sympathisch sind.</li>   <li>• Was gefällt dir an diesen Helden besonders gut? siehe oben</li>   <li>• Sind deine Helden besonders stark? Schnell? Perfekt? „Nein, eigentlich nicht. Nö; auch nicht unbedingt.“ „Also Sheldon ist ziemlich unperfekt, der Rest ist auch nicht perfekt, die sind vielleicht alle sehr hübsch, aber nicht unbedingt perfekt.“</li>   <li>• Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen? „Ja schon, in manchen Szenen schon ja.“ „Nein auch nicht unbedingt, außer vielleicht ein paar, aber die meisten eher nicht.“</li>   <li>• Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft? „Auch nicht unbedingt.“ „Der eine oder andere davon ist schon ein Vorbild.“ Bei Gossip Girl sind die Beliebten und Reichen ein Vorbild für die anderen. Helfen: „Ein paar, aber nicht alle.“</li>   <li>• Sagen sie anderen, wo es lang geht? „Nicht unbedingt. Die, die den anderen helfen, nicht, die sind eher ziemlich sympathisch.“</li>   <li>• Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen? „Nein, auch nicht.“ „Das auch nicht unbedingt.“ Die machen schon ihr eigenes Ding. (auf Nachfrage)</li>   <li>• Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst? „Selbstbewusst, aber stark nicht unbedingt, also vom Charakter schon stark, aber nicht vom Körperlichen.“ Die männlichen Mitspieler sind teilweise auch körperlich stark, z.B. bei Gossip Girl.</li> </ul>
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg? „Auch nicht unbedingt.“ „Bei Gossip Girl sind die durch ihr Geld schon beliebt. Bei Game of Thrones ist halt Daenerys ist Kampfführerin und ist halt durch die Stände beliebt und ist halt auch sehr unbeliebt andererseits bei den anderen Leuten.“</li> <li>• Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie? „Nein, eher nicht.“ „Nein, auch nicht.“</li> <li>• In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie? „Ja, das kommt schon manchmal vor. Zum Beispiel ich würd auch gern so aussehen.“ „So viel Geld zu haben wäre schon cool.“</li> <li>• Was tust Du, um so zu sein wie sie? „Nee.“</li> <li>• Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie? „Nee, auch nicht, weil das sind ja nur gespielte Charakter.“</li> <li>• Was tust Du dann, wenn es nicht geht? Nein.</li> </ul>
Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Balls), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was daran gefällt Dir? DB: „Ich finde interessant, die ganzen Superhelden zu sehen, wie die so dargestellt sind, die Bösen.“ AWZ: „Sowas in die Richtung gefällt mir gut, aber das speziell hat mir jetzt insgesamt nicht so gut gefallen.“ „Es waren ein paar ganz spannende Szenen, zum Beispiel wo halt dieser Hausmeister mit dem Typen geredet hat über diesen Proteindrink.“</li> <li>• Was gefällt Dir nicht? DB: „Also, nicht so gut. Ich finde es halt ein bisschen übertrieben. Es ist zu unecht mir auch. Ich mag Mangas insgesamt nicht so gerne, einfach nicht mein Typ.“ AWZ: „Ich fand, das war ein bisschen langweilig.“</li> <li>• Warum? DB: Zu übertrieben. AWZ: „Es sind zu viele Menschen auf einmal, die alle anders halt sind sozusagen, und das kann man sich ja auch nicht erklären.“ Zu vollgepackt. Zu viele ernste Themen.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was würdest Du anders machen und warum? DB: „Vielleicht, wenn die nicht so viel übertreiben würden, dann würde es mir besser gefallen, zum Beispiel das am Ende, als er den Apfel gegessen hat, das war sehr übertrieben.“ AWZ: „Mehr Humor reinpacken, finde ich.“ Zu viele ernste Themen, „und dafür nicht spannend genug“.</li> <li>Wer kann für dich ein Vorbild sein und wer nicht? DB: „Eher nicht.“ Generell: „Ja, ich mag gerne Schifahren, deswegen habe ich oft Schifahrer als Vorbild, denn das schaue ich mir oft an.“ „Manchmal denkt man sich halt, das und das würde ich auch gerne so machen wie die.“ AWZ: „Vielleicht schon, aber ich kenn die Personen ja nicht wirklich.“</li> <li>Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein? „Ja, können sie, ja.“ AWZ, Serien mit realen Schauspielern: Ja.</li> <li>Wenn ja, wodurch? In welchen Situationen? „Da wo irgendwelche Leute jemandem helfen oder einfach total nett sind oder einfach total gut ankommen.“ „Wenn halt irgendjemand jemandem hilft oder so, da kann man sich einfach was abkucken.“</li> <li>Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? „Nicht so wirklich, aber halt bei manchen Szenen denkt man halt schon so ein bisschen, aber nichts wirklich Wichtiges.“ AWZ, Serien mit realen Schauspielern: Ja.</li> <li>Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen? „Ja, aber ich weiß grad nicht was, jetzt so als Beispiel.“</li> </ul>
Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wie glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Also Sheldon findet sich besser als alle anderen, aber die meisten finden sich selbst in Ordnung.“</li> <li>Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Ja, klar.“</li> <li>Wie lösen deine Helden Probleme?</li> <li>Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Ja kommt halt darauf an, was für Probleme. Und es kommt auch auf die Serie an.“ Je nach Typ unterschiedlich. (auf Nachfrage)</li> <li>Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein?</li> </ul>

	<p>„Eher so'n Mittelding. Aber jetzt Daenerys zum Beispiel vor allem ist sehr auf sich selbst gestellt. Auch dann als sie die Armeen sozusagen übernimmt.“          „Weil sie ist der Anführer von einer riesen Armee und Drachen.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere?          „Das sind eher Typen, die andere führen, aber ein paar davon haben halt auch so Vorbilder. Also Sheldon hat zum Beispiel irgendwelche Wissenschaftler als Vorbilder. Und Daenerys hat zum Beispiel ihren Urgroßvater oder so als Vorbild, weil der ist jetzt tot und der hat früher über das Land geherrscht.“          Sie orientieren sich an ihren Vorbildern. (auf Nachfrage)          „Aber sie sind trotzdem Führer.“</li> <li>• Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind?          „Ja, finde ich schon.“          „Also Sheldon nicht, aber sonst schon.“</li> <li>• Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen?          „Ja, aber auch Hass.“ „Also es kommt auf die Serie an und auf die Leute, die das und das von ihnen empfinden.“</li> <li>• Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung?          „Ja, finde ich schon.“</li> <li>• Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt?          „Ja, werden schon deutlich.“</li> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann?          „Zum Beispiel, die eine ist sehr beliebt, weil sie halt einfach sehr freundlich ist und das finden auch alle gut so.“</li> </ul>
Parallelen zum eigenen Leben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>• Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung?          „Ja.“</li> <li>• Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung?          „Also meine Freunde finde ich eigentlich nett, und ich finde auch andere Personen nett und ich verstehe mich auch gut mit den meisten Personen. Aber es gibt halt auch Personen, die ich nicht so gerne mag und denen gehe ich dann halt einfach ein bisschen aus dem Weg.“          Das sind aber einzelne. (auf Nachfrage)          „Mit den meisten verstehe ich mich sehr gut.“</li> <li>• Wie löst Du Probleme?          „Also meistens erzähle ich es meiner besten Freundin. Und es kommt darauf an halt, wo ich meine Probleme habe, in welchem Freundeskreis. Weil ich habe einen im Sportverein und einen sozusagen hier in der Schule. Aber ich habe nicht so oft Probleme.“</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? Zusammen mit anderen, wenn es geht. (auf Nachfrage)</li> <li>• Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? „Ich verlasse mich auf mich selbst, aber ich mache halt verdammt gern was mit anderen auch.“ „Ich fühle mich schnell alleine, wenn ich nichts mit Freunden machen kann.“</li> <li>• Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere? „Ich würde jetzt nicht sagen, dass ich unbedingt der Typ bin, der andere führt, aber ich orientiere mich nicht anderen Leuten, ich bin einfach so, wie ich sein will.“ Jana macht ihr Ding. (auf Nachfrage) „Und das kommt auch bei den meisten ganz gut an.“</li> <li>• Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist? „Ja, denk schon.“</li> <li>• Kannst Du durch das was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? „Ja, denk auch. Also ich krieg halt Anerkennung dafür, wie ich halt nett bin.“</li> <li>• Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? „Ja, auf jeden Fall.“ „Manchmal ist es dann ein bisschen verwirrend, wenn halt alle um einen rum sind.“</li> <li>• Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? „Ja, finde ich schon.“</li> <li>• Hast Du es schwerer oder leichter als Deine Fernsehhelden? Jana glaubt, sie hat es nicht schwerer, weil die Fernsehhelden immer wieder Probleme haben. „So zu leben wie die, wäre schon zum Teil ganz cool, aber andererseits finde ich es auch sehr schön, so zu leben, wie ich lebe.“ Sie hat es „manchmal leichter, aber manchmal ist Schule halt schon ein bisschen nervig.“</li> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? „Zum Beispiel bei ‚How i met your mother‘, da ist die Wohnung jetzt auch nicht so toll und über einer Bar zu wohnen ist auch nicht unbedingt das Beste, da finde ich es besser, in der Wohnung hier zu leben.“</li> </ul>
Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Was bedeutet Fernsehen für dich? Könntest Du es entbehren? „Es ist unterhaltend, ist aber auch echt langweilig zum Teil und ist auch zum Teil echt einfach nur Schwachsinn. Aber es ist auch ein guter Zeitvertreib. Und es ist jetzt nicht lebenswichtig.“</li> <li>• Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei? „Ich schau halt gern Serien mit meinem Vater abends.“ Das ist etwas, was Jana gemeinsam mit ihrem Vater tut. (auf Nachfrage) „Weil das halt was Besonders ist, weil ich nicht so oft bei meinem Vater bin.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was wäre anders ohne Fernsehen? „Nicht viel, weil im Internet kann man sich das ja auch ankucken, und You Tube ,und für mich persönlich ist You Tube wichtiger als Fernsehen.“ Für Jana wäre es ohne Fernsehen kein Problem. (auf Nachfrage)</li> </ul>
--	--

### ***Protokoll zum Interview mit Marie***

<b>Gesprächsabschnitt</b>	<b>Fragestellung</b>
Einleitung	<p>Intro: Hier sitzen Karin und Marie, Karin interviewt Marie zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden. Marie ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, wie sie die thematisierten Dinge sieht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen geplant. (Kurze Beschreibung des Vorhabens, schriftliche Befragung und nachfolgend Interviews)</p>
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vorname und Geschlecht Marie, weiblich</li> <li>Wie alt bist Du? 12 Jahre</li> <li>In welche Schule und welche Klasse gehst Du? Gymnasium, 7. Klasse</li> <li>Wo wohnst Du? München</li> <li>Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV) Computer wird als Fernseher verwendet</li> <li>Siehst Du auch fern im Internet? Ja</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wie oft siehst Du fern? 1-2x die Woche, nicht sehr oft</li> <li>Wann siehst Du am liebsten fern?</li> </ul>

	<p>nachmittags nach der Schule oder abends</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? Nein, aber für die Medienzeit, Fernsehen ist ein Teil davon.</li> <li>• Gewohnheiten Serien am PC sehen.</li> <li>• Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen? „Ich mag es einfach, weil es so schön entspannt ist, aber wenn man es zu lange macht, finde ich es ein bisschen deprimierend.“ Früher hat Marie mit ihrer Schwester teilweise den ganzen Tag geschaut. „Es ist Zeitvertreib ganz gut, aber es läuft aber sehr viel Unnötiges, unnötige Sachen, sehr viel Werbung und so. Aber an sich ist es für mich Zeitvertreib.“</li> <li>• Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? „Ja, zum Beispiel, wenn ich eine Serie schau, die ein Freundin auch schaut.“ Z.B. über Realityshows wie Germanys next Topmodel oder anderen Serien, die ihre Freundinnen auch schauen, spricht Marie mit ihren Freundinnen oder mit ihrer Schwester. „Mit meinen Eltern nicht so.“</li> <li>• Ist es wichtig, mit anderen darüber zu reden? Also ich finde es ist halt besser, wenn es eine gemeinsame Sache ist. Wenn man gemeinsam etwas kuckt, dann macht es mehr Spaß.“ „Also ich finde, man muss nicht drüber reden, aber man kann schon darüber reden.“</li> <li>• Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus? „Einfach so austauschen, wie man es fand und wen man mag in der Serie oder halt in der Reality Show.“</li> <li>• Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? „Wenn ich manchmal Nachrichten schau, dann denke ich schon darüber nach.“ Darüber redet Marie eher nicht, wenn dann eher mit ihrer Mutter als mit ihrer Schwester. „Aber eigentlich eher nicht, das behalte ich dann eher für mich.“</li> <li>• Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung? sonst nichts</li> </ul>
Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? „Ich mag sehr spannende Sachen, die meisten Serien, die ich schau, sind halt ab 16. Aber meine Mutter schaut da halt kurz mit und sagt halt, ob das ok ist oder nicht.“ „Ich mag halt ganz gerne auch böse Leute in den Serien, ich find das halt spannender, ich find die halt interessanter sozusagen. Aber es ist auch für mich wichtig, dass die gut aussehen.“</li> <li>• Was gefällt Dir daran besonders gut?</li> </ul>

	<p>„Ich schau gern, wo die Charaktere interessant sind und wo es halt viele Konflikte gibt, sowas.“</p> <p>„Und halt auch Vampirserien, also ich mag Übernatürliches.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Serien kuckst Du sonst noch, Gerichtsserien, Nanny, Gossip Girl, Germanys next Topmodel, Vampire Diaries, The Originals</li> <li>• Wer ist für Dich ein Held, was macht einen Helden für Dich aus? „Das kann ganz unterschiedlich sein. Die sind meistens halt recht beliebt oder halt auch nicht, das kommt ganz darauf an. Einen Helden macht aus, dass er viel Leuten hilft und so und nett ist und vielleicht Superkräfte hat.“ „Also Vampir ist doch jetzt auch ein Superkraft.“</li> <li>• Wer sind Deine Lieblingshelden konkret? Beispiele! Klaus Mikaelson aus „Vampire Diaries“ und „The Originals“</li> <li>• Mir hat eine Heldin oder ein Held besonders gut gefallen, weil... „Der ist ziemlich brutal, aber wenn er was macht, was Böses, ist es halt, um sich zu retten oder andere zu retten. Man kann es halt nicht allen recht machen. Der ist ziemlich brutal, aber mag auch seine Familie ganz gern Der macht vor allem alles für seine Familie und für sein Kind“</li> <li>• Was gefällt dir an diesen Helden besonders gut? Marie gefällt einfach der Charakter „und wie er ist, wenn er in der Szene ist“. Marie versteht da, warum diese Person böse ist.</li> <li>• Sind deine Helden besonders stark? Perfekt? Schnell? stark: „Das ist eigentlich nicht so wichtig.“ Meistens gefallen ihr aber die Hauptpersonen aus diesen Serien, „in irgendwelchen übernatürlichen Serien sind sie meistens schon ziemlich stark, meistens schon die Stärksten“. Bei Gossip Girl sind es die Reichen. schnell: „Das ist eigentlich egal.“ Perfekt: „Also sie sehen sehr schon gut aus, aber perfekt würde ich jetzt nicht sagen.“ Maries Helden machen auch Fehler und sind daher nicht perfekt. „Das ist ja auch der Konflikt an den Serien, die ich schaue, dass halt niemand wirklich perfekt ist. Jeder macht halt Fehler dort.“</li> <li>• Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen? „Ja, sie strengen sich an, um halt Macht zu kriegen teilweise.“ „Und in anderen Serien, die ich schaue, strengen sie sich halt an, ihre Konflikte zu lösen. Die Personen in Maries Serien machen das, was sie machen, besonders gut oder intensiv. „Oft geht es auch um Rache in den Serien, die ich schaue, und da versuchen sie halt auch wirklich, denen das Leben zur Hölle zu machen.“ recht machen: „Einige schon, aber andere auch nicht. Das kommt ganz auf die Geschichte an.“</li> <li>• Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft? „Ich glaub nicht wirklich, dass das Vorbilder sind. Schon, sie sehen toll aus und haben auch teilweise ziemlich gute Charaktereigenschaften, aber wirk-</li> </ul>
--	---

	<p>lich Vorbilder sind sie nicht, weil man weiß ja, dass das nur eine Serie ist.“ helfen: „Ja.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sagen sie anderen, wo es lang geht? „Ja, meistens schon.“</li> <li>• Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen? „Also es gibt halt diese ganz Lieben, die sich an alles anpassen, die sind dann halt so.“ Aber Marie gefallen die anderen, starken Typen besser.</li> <li>• Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst? Marie gefallen die starken selbstbewussten Helden besser, aber es gibt auch die anderen.</li> <li>• Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg? „Ja, wenn es Bekannte von denen sind oder die sie leben, dann schon.“ Mit anderen Menschen haben sie oft Konflikte und gehen ihren eigenen Weg.</li> <li>• Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie? „Ich würd sagen, teilweise schon, aber meistens eigentlich eher nicht.“</li> <li>• In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie? „Vom Aussehen schon, also die sehen meistens schon wirklich sehr gut aus, halt amerikanische Serien. Aber sonst nicht wirklich eigentlich.“</li> <li>• Tust Du etwas, um so zu sein wie sie? „Nein.“</li> <li>• Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie? „Auch nicht wirklich.“</li> <li>• Was tust Du dann, wenn es nicht geht? „Wenn es nicht geht, dann geht's halt nicht.“</li> </ul>
Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Balls), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gefällt Dir so etwas? Was daran gefällt Dir? DB: „Ich fand's ganz cool, ja. Ich würde es mir nicht regelmäßig anschauen, aber mal, so ab und zu schon. Ich fand's ganz süß eigentlich, den kleinen Jungen. Also, ja der war ganz lustig.“ AWZ: „Also das hat mir schon besser gefallen, einfach nur ich mag halt Serien mit echten Schauspielern mehr.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was gefällt Dir nicht? DB: „Ich fand, es war nicht so toll animiert.“ AWZ: „Aber sie war mir nicht spannend genug, für mein Geschmack müsste es noch ein bisschen spannender sein.“</li> <li>Warum? DB: „Auf die Dauer würde es mich nerven, aber so mal ab und zu ankucken wär ok.“ AWZ: nicht spannend genug</li> <li>Was würdest Du anders machen und warum? DB: „Eigentlich, von dem kurzen Ausschnitt, fällt mir jetzt nicht wirklich was ein.“ AWZ: mehr Rückblicke, um die Zusammenhänge zur Vergangenheit darzustellen, damit auch die Neueinsteiger mitkommen</li> <li>Wer kann für dich ein Vorbild sein und wer nicht? DB: „Nein, ich kann mich mit denen nicht vergleichen.“ AWZ: Nein.</li> <li>Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein? DB: „Ja, dass man halt nett sein soll und Mitgefühl zeigen soll.“ AWZ: „Für mich sind Leute aus Serien keine Vorbilder.“</li> <li>Wenn ja, wodurch? allgemein: Nett sein und Mitgefühl, s.o.</li> <li>Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? „Ja, aber aus den meisten denke ich nicht, weil es ist gut, dass es einige Sachen nur in Serien so gibt.“ Marie glaubt, manchmal ist es schwierig zwischen Serien und Realität zu unterscheiden, deswegen gibt es nach ihrer Ansicht Altersgrenzen für Jugendliche. „Nicht wirklich, ich finde, man kann sich schon mal was anschauen, zum Beispiel die sind ja meistens recht nett oder wenn halt mal wer eifersüchtig ist. Man kennt halt die Situation und man kann sich mal anschauen, wie die damit umgehen, aber sonst?“ „Ja, aber jetzt nicht, das was der macht, sollte ich mal auch ausprobieren, also das jetzt nicht wirklich.“</li> <li>Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen? „Nein, nicht wirklich.“ „Vielleicht, aber halt jetzt nicht so, dass man denkt, also das ist mein Vorbild und das, was der macht, ist gut.“</li> </ul>
Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wie glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ich glaube, einige davon sind ziemlich eingebildet und andere haben Selbstbewusstseinsprobleme.“ „Aber bei mir ist es nie so, dass sie sich so lala finden.“</li> </ul>

	<p>Marie hat keine Helden mit unauffälligen Charakteren, sondern entweder besonders selbstbewusst oder besonders an sich zweifelnd. Sie glaubt, auch nach außen starke Menschen können Zweifel an sich selbst haben, das vermutet sie auch bei einigen ihrer Fernsehhelden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung?        „Die Helden, die mir so gefallen, ich denke, einige Leute mögen sie wirklich gerne, sie haben ja auch viele Freunde und so, also sind recht beliebt. Und einige mögen sie halt gar nicht, aber ich glaub, sie finden die meisten ganz ok.“        Das ist ähnlich wie bei Marie selbst, sie mag auch einige Leute und einige nicht „und das ist dann in den Serien auch so“.</li> <li>· Wie lösen deine Helden Probleme?</li> <li>· Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen?        „Wenn sie so'n Plan haben, weihen sie schon eher mehrere Leute darin ein. Wenn sie selbst was nicht können oder es ein Plan ist halt, wo sie mehrere Leute brauchen, dann auch. Aber wenn es geheim bleiben muss und es nur ihr eigenes Problem ist und sie die anderen nicht mit reinziehen wollen, dann machen sie das halt. Aber meistens in Gruppen.“</li> <li>· Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein?        „Ich würd sagen, wenn die anderen nicht da wären, würden die eigentlich untergehen.“        Maries Helden verlassen sich schon auch stark auf andere.</li> <li>· Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere?        „Ich kuck Serien, wo es beides gibt.“        Die meisten von Maries Helden sind aber „so, dass sie schon versuchen, es den meisten recht zu machen, aber wenn es nicht geht, dann richten sie sich schon eher nach ihrer eigenen Meinung.“        Führungstypen?: „Ja, oder halt beliebte.“</li> <li>· Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind?        „Nein, also sie haben teilweise wirklich sehr viele Feinde, also die sie gar nicht mögen. Einfach auch weil sie beliebt sind teilweise, aber ich find sie ok.“        Maries Helden bringen manchmal auch Menschen um, z.B. in Vampirserien, aber Marie ist sich im Klaren darüber, dass das im echten Leben nicht geht. In so einer Serie, die spannend sein muss, gehört das für sie aber dazu.        „Natürlich haben sie sehr viele Sachen an ihrem Charakter auch zu verbessern.“</li> <li>· Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen?        „Ja.“</li> <li>· Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung?        „Ja, also die, die ich mag, meistens schon.“</li> <li>· Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt?        „Also ich glaub, einige mögen sie, weil sie Macht haben und andere, weil sie halt auch alle Eigenschaften von ihnen kennen, also sie halt schon länger kennen oder weil sie halt zur Familie dazugehören, das kommt ganz auf die</li> </ul>
--	---

	Sichtweise an, welche Person.“
Parallelen zum eigenen Leben	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>· Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ja, ich finde mich in Ordnung.“</li> <li>· Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Es gibt Leute, die ich mag, Leute, die ich nicht so gerne mag, aber wirklich hassen tue ich niemanden.“ Die meisten anderen Menschen findet Marie ok. (auf Nachfrage)</li> <li>· Wie löst Du Probleme? Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Manchmal wirklich verdrängen einfach. Ich hab auch nicht so viele Probleme, aber wenn ich mal ein Problem hab, ich red halt auch schon mit meinen Freundinnen darüber und versuch, eine Lösung zu finden.“ Marie bezieht andere mit ein, „nicht immer, aber teilweise“. „Es kommt darauf an, wenn es so ein gesellschaftliches Problem ist, dann mit anderen, wenn es nur so mein Problem ist, dann höchstens noch mit meiner Familie, aber meistens allein.“</li> <li>· Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? „Ich verlass mich schon auf die anderen, aber mehr auf mich selbst.“</li> <li>· Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere? „Ich versuch's, den Leuten recht zu machen, aber meine Meinung ist mir schon sehr wichtig. Also ich hänge mich nicht so dran, sondern mach halt, was ich will und wenn Leute mitkommen, finde ich es auch ok.“ Führungstyp?: „Ja.“</li> <li>· Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist? „Ja, also ich glaub, es gibt nicht viele Leute, die mich nicht mögen. Die meisten, ich merk das auch, finden mich ganz nett. Und Lehrer finden mich teilweise ein bisschen frech, aber ich habe gute Noten, deshalb passt das alles.“</li> <li>· Kannst Du durch das was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? „Teilweise ja, also meistens schon, ich versuch halt auch, nett zu sein und halt auch Respekt zu kriegen.“</li> <li>· Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? „Ja, auf jeden Fall.“</li> <li>· Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? „Ich glaub, ich hab halt mehr positive Charaktermerkmale als negative, ich bin auch recht selbstbewusst, würde ich jetzt mal so von mir behaupten, also ich glaub, es gibt natürlich ein, zwei Sachen, die Leute an mir nerven, aber das hat ja jeder.“ Marie glaubt, sie hat es nicht schwerer als ihre Fernsehhelden, eher leichter. Ihre Fernsehhelden haben viel mehr Probleme als sie selbst, ihre Helden haben viel schlimmere Konflikte, damit es auch spannend ist. Sie glaubt, sie hat</li> </ul>



	<p>auch nicht so viele Probleme und Konflikte, weil sie noch nicht so alt ist wie ihre Helden.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann?          „Also ich hab halt nicht sehr viele wirkliche Konflikte mit Leuten, weil ich auch noch nicht so alt bin und halt auch noch nicht so viele Leute kenne und auch versuche, mir nicht zu viele Feinde zu machen.“          Ein Vampir, sehr schon sehr lange lebt, hat in ihren Augen sehr viel mehr Probleme und Feinde in seinem Leben.          In anderen Serien geht es viel um Reichtum, da gibt es viel Neid, das hat Marie in ihrem Leben so nicht.</li> </ul>
Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was bedeutet Fernsehen für dich? Könntest Du es entbehren?          Zeitvertreib, Entspannung und Unterhaltung</li> <li>Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei?          Lachen, zusammen mit anderen Leuten          Marie hat besonders viel Spaß, wenn sie mit anderen Leuten zusammen kuckt.          Marie dreht auch gerne selbst kleine Filmchen.</li> <li>Was wäre anders ohne Fernsehen?          „Nicht viel. Also Serien würden mir schon fehlen, aber es gibt ja auch noch You Tube.“          Sie glaubt, man würde mehr draußen machen oder mit anderen Leuten zusammen.          Man würde „wegkommen davon, „einfach nur rumzusitzen“.          „Man würde sich auch mehr Hobbys suchen, weil man halt auch nichts Besseres zu tun hätte.          Fernsehen tut sie auch aus Langeweile.          „Es ginge auch ohne, aber Serien sind schon cool.“</li> </ul>

### **Protokoll zum Interview mit Andrea**

<b>Gesprächsabschnitt</b>	<b>Fragestellung</b>
Einleitung	<p>Intro:          Hier sitzen Karin und Andrea, Karin interviewt Andrea zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden.          Andrea ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, wie sie die thematisierten Dinge sieht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen geplant.          (Kurze Beschreibung des Vorhabens, schriftliche Befragung und nachfolgend Interviews)</p>
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vorname und Geschlecht          Andrea, weiblich</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wie alt bist Du? 11 Jahre</li> <li>In welche Schule und welche Klasse gehst Du? Europäische Schule, 6. Klasse</li> <li>Wo wohnst Du? München</li> <li>Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV) Kabel</li> <li>Siehst Du auch fern im Internet? Nein.</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wie oft siehst Du fern? nicht viel, 1-2x die Woche,</li> <li>Wann siehst Du am liebsten fern? abends, ab ca. 18.00 Uhr</li> <li>Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? Nein. Wenn Andrea Lust hat, fragt sie, meistens darf sie dann fernsehen keine expliziten Regeln, Wenn Andrea aufhören muss (z.B. zum Essen), dann sagen die Eltern es. Was Andrea sieht, kontrollieren die Eltern nicht.</li> <li>Gewohnheiten Vorabendprogramm Andrea sieht fern, wenn sie nichts anderes zu tun hat.</li> <li>Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen? spannend nicht, lustig</li> <li>Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? Andrea redet nicht mit anderen über Fernsehen.</li> <li>Ist es wichtig, mit anderen darüber zu reden? Nein.</li> <li>Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus? gibt es nicht</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? Nein.</li> <li>· Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung? Manchmal Nachrichten, wenn sie mit ihren Eltern gemeinsam kuckt, „das sind manchmal Nachrichten, die dich ja enttäuschen.“ Darüber spricht sie aber auch nicht, das braucht sie nicht. „Ich finde nie was so unangenehm, dass ich es dann noch an ganz vielen Tagen im Kopf habe, vielleicht am Tag danach noch, aber nicht weiter.“</li> </ul>
Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? Andrea sieht normalerweise Kika, wenn dort dann Sandmann oder sowas läuft (das gefällt ihr nicht), dann geht sie durch die Programme. logo!, pur+ Andrea gefallen besonders die Moderatoren von logo!</li> <li>· Zeichentrick? Zeichentrick gefällt Andrea, Manga nicht.</li> <li>· Was gefällt Dir daran besonders gut? „Ich find die ganz nett und so weiter.“ Andrea findet logo! „besser als normale Nachrichten, es ist auch einfacher zu verstehen“. Moderatoren in normalen Nachrichten „lachen nicht oder sowas“, die sind Andrea zu ernst. „Bei logo! sind die eben nicht so ernst.“</li> <li>· Welche Serien kuckst Du sonst noch, Gerichtsserien, Nanny, keine</li> <li>· Wer sind Deine Lieblingshelden konkret? Beispiele! Moderatoren von logo!</li> <li>· Mir hat eine Heldin oder ein Held besonders gut gefallen, weil... sie nicht zu ernst sind.</li> <li>· Sind deine Helden besonders stark? Perfekt? Schnell? „Nein.“ „Nein.“ „Nein.“</li> <li>· Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen? „Ja.“ „Ja.“ Andrea ist nicht ganz sicher, ob sie versuchen, es anderen recht zu machen.</li> <li>· Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft? „Nein.“</li> </ul>

	<p>Helfen müssen die Moderatoren in ihrer Rolle eigentlich nicht. Daher weiß Andrea das nicht. „Man kennt die ja nicht persönlich, also nur vom Fernseher.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sagen sie anderen, wo es lang geht? Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen? „Ich denke, ein bisschen von beidem.“ Je nach Situation. (auf Nachfrage)</li> <li>• Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst? „Naja, ich glaub, ein bisschen von beidem.“ Sie entscheiden nicht ganz allein, wissen aber ganz genau, was sie wollen. Sie sind schon selbstbewusst. (auf Nachfrage)</li> <li>• Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg? „Ja, also sie kümmern sich“, machen aber auch das, was sie selbst für richtig halten (auf Nachfrage).</li> <li>• Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie? „Nein.“ „Nein.“</li> <li>• In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie? gar nicht</li> <li>• Was tust Du, um so zu sein wie sie? nichts</li> <li>• Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie? „Nein.“ Eine Fernsehperson ist für Andrea etwas ganz anderes als sie selbst. (auf Nachfrage)</li> <li>• Was tust Du dann, wenn es nicht geht? nichts</li> </ul>
Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Balls), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was daran gefällt Dir? DB: „Jain. Also die Geschichte, also um was es geht, gefällt mir, ist ok.“ AWZ: „Nee.“ „Ist insgesamt nicht so meins.“</li> <li>• Was gefällt Dir nicht? DB: Andrea gefällt nicht, „wie das gemacht ist“. AWZ: „Gefällt mir ja ganz nicht.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Warum? DB: Die japanischen Zeichentrickfiguren gefallen Andrea nicht. AWZ: „Es ist ein bisschen langweilig.“ „Es passieren mehrere Sachen auf einmal und bevor jemand anderes reagiert, dann dauert es ein bisschen. Bei dem anderen Film gab es ja die ganze Zeit Action.“ Andrea gefällt nicht, dass hier mehrere Handlungsstränge parallel laufen und damit die Reaktion auf einzelne Szenen oft verzögert kommt. (auf Nachfrage)</li> <li>Was würdest Du anders machen und warum? DB: Anders zeichnen. AWZ: Nein.</li> <li>Kann hier jemand für dich ein Vorbild sein oder nicht? DB: „Nein.“ AWZ: „Nein.“</li> <li>Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein? DB: „Nein.“ AWZ: „Nee.“</li> <li>Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? „Ja, nee, doch nicht.“</li> <li>Kannst Du von deinen Fernsehhelden, von Personen in der Serie etwas lernen? „Nee.“ „Nicht ganz.“ „In so einem Film, finde ich, sieht man immer die negative Seite von einer Person, weil sonst passiert ja nie was, wenn man immer die positive sieht.“</li> </ul>
Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wie glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Das hängt aber auch von der Person ab, also vom Charakter her.“ „Ich glaub eher nicht, vielleicht dass sie sich ein bisschen über finden.“ Andrea glaubt, sie fühlen sich in Ordnung, aber nicht besser als andere, vielleicht ein bisschen, aber eher so wie die anderen auch.</li> <li>Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Ja, ich glaub schon.“</li> <li>Wie lösen deine Helden Probleme?</li> <li>Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Ich denk, zusammen.“</li> <li>Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein? „Ich glaub, eher auf sich selber, vielleicht ein bisschen (auf andere), aber ich</li> </ul>

	<p>glaub, meistens auf sich selber.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere? „Ich glaub, eher keins von beiden. Also die orientieren sich nicht an den anderen, aber die anderen orientieren sich auch nicht an ihnen.“ Andrea glaubt, sie machen ihres und denken nicht über die anderen nach. (auf Nachfrage)</li> <li>• Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind? „Ja.“</li> <li>• Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen? „Ja.“</li> <li>• Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung? „Ich denk schon.“</li> <li>• Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? „Ja.“</li> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? „Nee.“</li> </ul>
Parallelen zum eigenen Leben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>• Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ja.“</li> <li>• Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Ja.“</li> <li>• Wie löst Du Probleme? Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Zusammen, weil ich find's besser, weil wenn ich vielleicht keine Idee habe, dann hat vielleicht ein anderer ne Idee. Und wenn er ne Idee braucht, dann habe ich vielleicht eine.“ Andrea tauscht sich gerne mit anderen aus, wenn sie die Möglichkeit hat. (auf Nachfrage)</li> <li>• Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? „Ich verlass mich sehr auf den anderen.“</li> <li>• Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere? „Ne also, ich glaub nicht, dass ich ein Vorbild bin, dass sich die anderen an mit orientieren. Aber ich orientiere mich auch nicht so an den anderen.“</li> <li>• Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist? „Ja.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Kannst Du durch das was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? „Ja.“</li> <li>· Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? „Ja.“</li> <li>· Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? „Ja.“ Andrea glaubt, sie hat es auch nicht schwerer als Personen im Fernsehen, sie denkt das ist bei ihr ähnlich. (auf Nachfrage)</li> <li>· Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? Wenn Andrea beispielsweise die Hausaufgabe alleine nicht versteht, dann fragt sie ihre Eltern und bekommt Hilfe. Wenn sie die Hausaufgabe gar nicht aufgeschrieben hat, dann ruft sie eine Freundin an, dann hilft die.</li> </ul>
Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Was bedeutet Fernsehen für dich? Könntest Du es entbehren? Informationen, Spaß, „also lustig“</li> <li>· Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei? Nein.</li> <li>· Was wäre anders ohne Fernsehen? „Ich wäre jetzt nicht sehr glücklich.“ „So ganz ohne Fernseher kann ich mir nicht vorstellen.“ Andrea schaut zwar nicht viel, aber schon gerne, sie würde es schon vermissen. Schlimm wäre es aber auch nicht für sie.</li> </ul>

### **Protokoll zum Interview mit Sandro**

Gesprächsabschnitt	Fragestellung
Einleitung	<p>Intro: Hier sitzen Karin und Sandro, Karin interviewt Sandro zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden. Sandro ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, wie er die thematisierten Dinge sieht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen geplant. (Kurze Beschreibung des Vorhabens, schriftliche Befragung und nachfolgend Interviews)</p>
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Vorname und Geschlecht Sandro, männlich</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wie alt bist Du? 13 Jahre</li> <li>In welche Schule und welche Klasse gehst Du? Europäische Schule, 7. Klasse</li> <li>Wo wohnst Du? München</li> <li>Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV) Kabel</li> <li>Siehst Du auch fern im Internet? Nein</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wie oft siehst Du fern? 1x die Woche</li> <li>Wann siehst Du am liebsten fern? spätnachmittags, ab ca. 17.00 Uhr</li> <li>Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? Nein. Sandro darf kucken, was er will, aber wenn es zu viel wird, dann sagen die Eltern „Stopp“.</li> <li>Gewohnheiten Entspannung</li> <li>Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen? „die Serien“</li> <li>Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? „Nein.“</li> <li>Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? „Eigentlich nicht.“</li> <li>Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung? nichts</li> </ul>
Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? „Fast alle eigentlich, also die meisten eigentlich.“ Sandro kuckt einfach, was</li> </ul>



	<p>kommt. Sandro gefallen normalerweise die Hauptdarsteller der Serien am besten.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Welche Serien kuckst Du sonst noch, Gerichtsserien, Nanny, was gerade kommt</li> <li>• Wer ist für Dich ein Held, was macht einen Helden für Dich aus? „Normalerweise sind sie lustig und normalerweise sind sie seriös und abenteuerlich, mehr als andere.“</li> <li>• Was gefällt dir an diesen Helden besonders gut? Sie sind immer da.“</li> <li>• Sind deine Helden besonders stark? Perfekt? Schnell? „Nein.“ „Sie sind alle gleich.“ „Nein.“ „Nein.“</li> <li>• Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen? „Nein.“ „Bei manchen, aber bei manchen nicht, normalerweise.“ Das hängt vom Hauptdarsteller und vom Film ab.</li> <li>• Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft? „Ich glaub nicht, nein.“ „Nein.“</li> <li>• Sagen sie anderen, wo es lang geht? „Nein.“</li> <li>• Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen? „Nein.“ Sie machen, was sie wollen.</li> <li>• Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst? „Mittel.“</li> <li>• Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg? „Manchmal, nicht immer.“ Zum Beispiel wenn jemand in Gefahr ist oder wenn jemand in der Schule nicht so gut war und will den Test tauschen. Sie gehen aber in erster Linie ihren Weg.</li> <li>• Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie? „Nein.“ „Manchmal, aber nicht immer, wenn sie machen, was sie wollen, normalerweise.“</li> </ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie? „Also die machen das und werden dann nicht festgenommen oder sowas o- der nicht geschimpft.“</li> <li>· Was tust Du, um so zu sein wie sie? nichts</li> <li>· Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie? „Nein.“</li> <li>· Was tust Du dann, wenn es nicht geht? nichts</li> </ul>
Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Balls), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Was daran gefällt Dir? DB: „Ja, Manga mag ich nicht so, aber die Geschichte finde ich auch gut.“ AWZ: „Also nicht so gut, mir gefallen Personen mit mehr Komik.“</li> <li>· Was gefällt Dir nicht? DB: Manga gefällt Sandro nicht. AWZ: Dass es nicht lustig ist.</li> <li>· Warum? DB: Nicht schön gezeichnet, der Mund hat sich nicht bewegt. AWZ: zu ernst, „sonst ist es schon ok“</li> <li>· Was würdest Du anders machen und warum? DB: Anders zeichnen, mehr Bewegung in den Gesichtern, Nase und Mund gefallen Sandro nicht, das ist nicht realistisch. AWZ: weniger ernst, weniger Probleme, „Es sieht so aus, als wäre der Film nur aus Problemen gemacht.“</li> <li>· Wer kann für dich ein Vorbild sein und wer nicht? DB: „Der Vater und die Mutter.“ „Die kämpfen immer für das Gute und ergeben sich nicht, die Mutter hat sich nicht ergeben.“ AWZ: „Nein.“</li> <li>· Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein? „Ich glaub nicht.“ AWZ: „Ja, bei manchen glaub ich schon.“</li> <li>· Wenn ja, wodurch? AWZ: „Ja wie hier auch, wenn man im Krankenhaus ist und was man da machen soll.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? „Nein.“ AWZ: „Vielleicht.“ Eher in Situationen, die dem eigenen Leben ähnlich sind. (auf Nachfrage)</li> <li>· Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen? „Nein.“ AWZ: „Nein.“</li> </ul>
Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Wie glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>· Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ja, manche ok, manche auch etwas Besseres.“ Unterlegen finden sich Sandros Helden nicht.“</li> <li>· Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Ja, manche finden die einfach doof, manche ganz normal.“ „Manche denken, „ich bin einfach der Beste“.</li> <li>· Wie lösen deine Helden Probleme?</li> <li>· Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Also erst mal alleine, manchmal alleine, manchmal mit anderen.“ Wenn andere da sind oder wenn es alleine nicht geht, dann zusammen mit anderen.“</li> <li>· Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein? „In erster Linie auf sich selbst.“</li> <li>· Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere? „Also beides, es gibt Leute, die wollen andere führen und (andere) Leute.“ In Sandros Serien gibt es beides.</li> <li>· Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind? „Ja, also im Film schon.“</li> <li>· Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen? „Manchmal, also nicht immer.“ „Also manchmal kriegen sie auch Ärger, also sie probieren was Gutes für sich, aber was Schlechtes für die anderen zu machen, und dann klappt es nicht.“ Wenn sie etwas tun, was für die anderen auch gut ist, dann bekommen sie Respekt. (auf Nachfrage)</li> <li>· Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung? „Ja.“</li> <li>· Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? „Nein, eher nicht.“</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? „Also die Leute merken es einfach nicht, also den Leuten um die rum ist einfach manchmal auch egal, was sie machen.“ Die Leute merken dann auch nicht, wenn sie etwas Gutes tun. (auf Nachfrage)</li> </ul>
Parallelen zum eigenen Leben	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>· Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ja, glaub schon.“</li> <li>· Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Manche sind ein bisschen doofer und manche, ja gut, ok.“ Die meisten sind ok.</li> <li>· Wie löst Du Probleme? Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Zusammen. Also wenn ich kann, mit anderen, aber sonst alleine.“</li> <li>· Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? „In erster Linie auf mich selbst.“ Sandro fragt aber auch nach Hilfe, auch wenn er es alleine schaffen könnte, er findet es eigentlich besser zusammen mit anderen.</li> <li>· Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere? „Mittel, ich orientiere mich ganz viel.“ Sandro hält sich eher nicht für einen Führungstyp.</li> <li>· Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist? „Ich glaub schon, weiß ich aber nicht so genau.“</li> <li>· Kannst Du durch das, was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? „Ja, manchmal, wenn es was Gutes ist, dann schon.“</li> <li>· Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? „Ja, also wenn ich frag, ja.“</li> <li>· Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? „Manchmal schon.“</li> <li>· Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? Sandro glaubt, manchmal hat er es schwerer als die Fernsehhelden, weil sie Superkräfte haben. Manchmal aber auch nicht, weil die Fernsehhelden größere Probleme haben als er, da hat er es leichter.</li> </ul>

Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>Was bedeutet Fernsehen für dich? Könntest Du es entbehren? Spaß, Entspannung, Zeitvertreib</li> <li>Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei? Nein.</li> <li>Was wäre anders ohne Fernsehen? „Eigentlich nichts, weil ich kuck ganz wenig Fernsehen und ohne Fernsehen könnte ich ganz schnell auf Internet wechseln.“ Sandro könnte auch ohne Fernsehen, für ihn wäre es nicht schlimm, er würde es nicht sehr vermissen.</li> </ul>
------------------	--

### ***Protokoll zum Interview mit Matthias***

Gesprächsabschnitt	Fragestellung
Einleitung	<p>Intro: Hier sitzen Karin und Andreas, Karin interviewt Andreas zum Thema Fernsehserien und Fernsehhelden. Andreas ist aufgefordert, mit Karin über Fernsehen zu plaudern und ihr auf ihre Fragen hin einfach zu erzählen, wie er die thematisierten Dinge sieht. Im Rahmen des Gesprächs ist auch gemeinsames Fernsehen geplant. (Kurze Beschreibung des Vorhabens, schriftliche Befragung und nachfolgend Interviews)</p>
Persönliche Daten	<p>Zuerst einige Fragen zu deiner Person:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Vorname und Geschlecht Andreas, männlich</li> <li>Wie alt bist Du? 12 Jahre</li> <li>In welche Schule und welche Klasse gehst Du? Realschule, 7. Klasse</li> <li>Wo wohnst Du? München</li> <li>Welchen Fernsehanschluss habt ihr zuhause? (Kabel, Satellit, Pay TV) Kabel</li> <li>Siehst Du auch fern im Internet? Fernsehen nicht, aber, You Tube, er macht auch selbst Videos.</li> </ul>
Fernsehgewohnheiten	<p>Nun zu deinen Fernsehgewohnheiten:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wie oft siehst Du fern?</li> </ul>

	<p>täglich, ca. 1 Stunde</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wann siehst Du am liebsten fern? abends, ca. ab 18.00 Uhr, Vorabendprogramm</li> <li>Gibt es Regeln von den Eltern für's Fernsehen? nicht so direkt, wenn Andreas zu lange fernsieht, sagen die Eltern ,er soll ausmachen</li> <li>Gewohnheiten  Andreas sieht oft fern, wenn ihm nichts Besseres einfällt.</li> <li>Was gefällt dir besonders gut am Fernsehen? Spannend, Zeitvertreib</li> <li>Mit wem redest Du über das, was Du gesehen hast? Ja, mit Schulkameraden, die oft auch dasselbe sehen. Manchmal redet Andreas auch mit seiner Schwester über Fernsehen, aber eher nicht in der Familie.</li> <li>Ist es wichtig, mit anderen darüber zu reden? „Na ja, es muss nicht sein, aber man macht's halt.“ „Man redet zwar, aber es ist jetzt nicht zwingend“.</li> <li>Wie sieht so ein Gespräch mit anderen über Fernsehen aus? in der Schule, man fragt, ob die anderen das auch gesehen haben, was da war und was da witzig war.</li> <li>Gibt es auch Dinge im Fernsehen, die dich länger beschäftigen? Welche? Manchmal, wenn dann eher Nachrichten.</li> <li>Was bleibt Dir sonst noch in Erinnerung? sonst nichts</li> </ul>
Vorlieben und Abneigungen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Welche Art von Fernsehserien und Serienhelden magst Du besonders gerne und warum? Bei der Oma zum Beispiel Rote Rosen, Sturm der Liebe Die Simpsons, Family Guy, Futurama, South Park</li> <li>Zeichentrick? Ja.</li> <li>Welche Serien kuckst Du sonst noch, Gerichtsserien, Nanny, Soaps, Galileo</li> <li>Wer ist für Dich ein Held, was macht einen Helden für Dich aus? „Ich find die halt voll toll irgendwie.“</li> </ul>

	<p>Witzige Helden mag Andreas besonders.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wer sind Deine „Lieblingshelden konkret? Beispiele! Homer, Barth in „Die Simpsons“ Stewie, Brian in „Family Guy“ Cartman in „Southpark“</li> <li>• Mir hat eine Heldin oder ein Held besonders gut gefallen, weil... sie witzig sind.</li> <li>• Was gefällt dir an diesen Helden/Personen besonders gut? „Die meisten sind eigentlich auch Kinder und manche auch Erwachsene.“ „Es sind jetzt keine Superhelden, sondern ganz normale Menschen.“</li> <li>• Sind deine Helden besonders stark? Schnell? Perfekt? „Nein.“ „Nein, es sind ganz normale Menschen.“ perfekt: „Vielleicht.“</li> <li>• Strengen sie sich besonders an? Versuchen sie anderen zu gefallen und es ihnen recht zu machen? „Manchmal ja.“ Gefallen: „Nein.“</li> <li>• Sind deine Helden Vorbilder für andere? Helfen sie anderen oft? „Nein.“ „Manchmal.“ „Wenn es vielleicht Freunde sind oder es ist wichtig. Oder vielleicht wenn sie es absichtlich machen, dass der dann wieder was für sie macht oder irgendwie sowas.“</li> <li>• Sagen sie anderen, wo es lang geht? „Ja, sie meine so, sie wären Boss oder so.“</li> <li>• Oder orientieren sie sich stark an anderen? Tun sie häufig das, was andere von ihnen wollen? „Nein, eigentlich auch nicht.“ Sie tun eher, was sie selbst wollen.</li> <li>• Sind sie eher weich und angepasst? Oder sind sie eher stark und selbstbewusst? „Eigentlich auch sehr selbstbewusst.“</li> <li>• Bemühen sie sich sehr um die Belange anderer? Oder gehen sie in erster Linie ihren eigenen Weg? „Ja schon.“ „Ja manchmal halt, nicht so oft, aber sie machen's schon.“</li> <li>• Bist Du deinen Helden ähnlich oder möchtest Du so sein wie sie? „Manchmal. Zum Beispiel bei Barth, wenn er irgendwas anstellt oder so.“ so sein wie sie: „Ja.“</li> </ul>
--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In welchen Situationen möchtest Du so sein wie sie? „Zum Beispiel manchmal im Alltag, irgendwann in so Situationen, ja wär ich doch bloß so.“</li> <li>• Tust Du etwas, um so zu sein wie sie? „Nicht so.“</li> <li>• Macht es Dir etwas aus, wenn Du nicht so sein kannst wie sie? „Nein.“ Ist Andreas dann auch egal.</li> <li>• Was tust Du dann, wenn es nicht geht? Nein.</li> </ul>
Beurteilung Videomaterial	<p>Filmausschnitte auf Laptop vorspielen (1x Anime (Dragon Balls), 1x real (Alles was zählt))</p> <p>Moderation: einige Rahmeninformationen zu den gezeigten Serien</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Was daran gefällt Dir? DB: „Ja, ich schaue es halt nur länger nicht mehr an.“ „Mir gefällt’s, wie sie gezeichnet sind.“ Die Geschichte gefällt Andreas auch. AWZ: „Na ja, nicht so gut.“ Normalerweise gefallen Andreas solche Serien schon, hier gefällt ihm die Handlung nicht.</li> <li>• Was gefällt Dir nicht? Gibt es etwas, was Dir nicht gefällt? DB: „Eigentlich nicht.“ AWZ: „Kann ich irgendwie nicht sagen.“</li> <li>• Warum? AWZ: „Ja weiß nicht, das finde ich halt nicht so gut.“ „Nicht so spannend, die Personen find ich auch nicht so gut.“</li> <li>• Was würdest Du anders machen und warum? DB: „Nein, eigentlich nicht.“ AWZ: „Nein.“</li> <li>• Wer kann für dich ein Vorbild sein und wer nicht? DB: „Ne, ich glaub nicht so.“ AWZ: „Nein.“</li> <li>• Können Fernsehserien für dich auch als Modell für das eigene Leben oder Verhalten sein? „Manchmal vielleicht, aber eigentlich glaube ich auch nicht so jetzt direkt.“ „Ja, manchmal.“ „Leute von denen man auch was lernt.“ „Die halt was machen, was es auch im echten Leben gibt.“</li> <li>• Wenn ja, wodurch? „Ja vielleicht halt so, zum Beispiel bei Galileo oder so, wenn sie halt was erklären oder so.“</li> </ul>



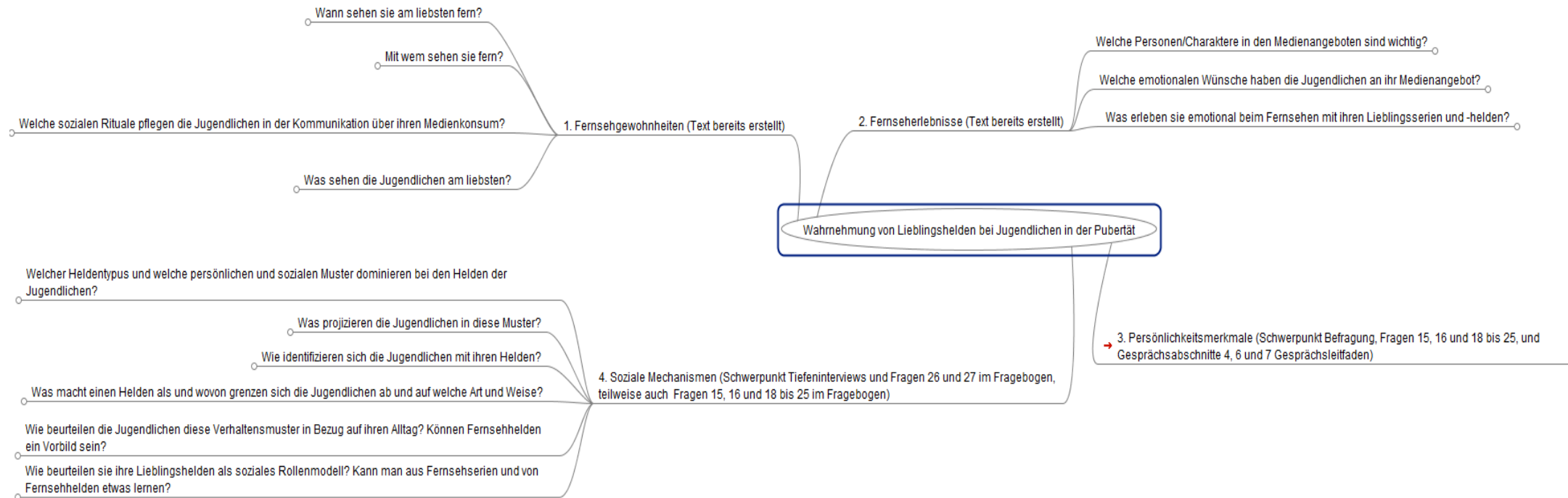
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Glaubst Du, aus Fernsehserien kannst Du etwas für dein eigenes Leben lernen? „Manchmal vielleicht ja.“ Nicht, „wenn das rein erfunden ist“.</li> <li>• Kannst Du von deinen Fernsehhelden etwas lernen? „Ich glaube eher nicht so, zum Beispiel aus so Zeichentrickserien eher weniger.“</li> </ul>
Heldendiskussion	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie glaubst Du, denken deine Helden über sich und das Leben?</li> <li>• Finden sie sich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Manche finden sich eher, sie sind die Besten.“ Z.B. Cartman Andere finden sich normal, sie finden sich ok.</li> <li>• Finden sie die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Unterschiedlich, manche finden sie vielleicht halt jetzt in Ordnung oder gut und die anderen halt jetzt nicht jetzt so.“ Die Mehrheit findet sie ok.</li> <li>• Wie lösen deine Helden Probleme?</li> <li>• Tun sie das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Unterschiedlich, manchmal halt alleine oder zusammen, wenn es halt was Größeres ist oder so oder wenn sie halt Hilfe brauchen. Dann versuchen sie es aber dann alleine, weil ‚Ja ich schaff das alleine‘.</li> <li>• Verlassen sie sich auf sich selbst oder beziehen sie andere stark mit ein? „Manchmal schon stark auf andere auch.“</li> <li>• Orientieren sie sich stark an anderen oder führen sie häufig andere? „Manche, aber eigentlich nicht so oft.“ „Ja schon auch.“ Andere richten sich aber eher nicht immer nach Ihnen.</li> <li>• Sind deine Helden in Ordnung, so wie sie sind? „Ja.“</li> <li>• Können sie durch das was sie tun, Anerkennung und Respekt erlangen? „Schon.“</li> <li>• Haben sie vertraute Menschen um sich und bekommen Unterstützung? „Ja.“</li> <li>• Werden ihre Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? „Weiß nicht.“ Die anderen bemerken schon, wenn sie was Gutes tun. (auf Nachfrage)</li> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann?</li> </ul>

	Zum Beispiel, wenn sich jemand bedankt.
Parallelen zum eigenen Leben	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Im Vergleich zu dir selbst: Wie denkst Du über dich und das Leben?</li> <li>• Findest Du dich selbst im Vergleich zu anderen in Ordnung? „Ja, schon, ja.“ „Ich fühle mich ok.“</li> <li>• Findest Du die anderen Menschen weitgehend in Ordnung? „Ja.“</li> <li>• Wie löst Du Probleme?</li> <li>• Tust Du das vorwiegend alleine oder zusammen mit anderen? „Das kommt darauf an, ob man's alleine macht oder ob man wirklich Hilfe braucht.“ Andreas versucht es erst immer alleine, leichte Sachen macht er immer alleine, bei schwierigen Sachen holt er Hilfe, wenn es alleine nicht geht.</li> <li>• Verlässt Du dich auf dich selbst oder beziehst Du andere stark mit ein? „Schon auf die anderen, aber jetzt nicht so stark.“</li> <li>• Orientierst Du dich stark an anderen oder führst Du häufig andere? „Ich hör schon auch auf andere, aber manchmal sage ich auch, was sie halt jetzt machen sollten.“ Das ist nach Situation unterschiedlich, manchmal machen die anderen auch, was Andreas ihnen sagt. Z.B. beim Werken, das kann Andreas besonders gut, da macht er auch mal was für andere, wenn sie ihn fragen.</li> <li>• Wie erlebst Du das im Alltag: Bist Du in Ordnung, so wie Du bist? „Ja, ich glaub schon.“</li> <li>• Kannst Du durch das, was Du tust, Anerkennung und Respekt erlangen? „Ja schon.“</li> <li>• Hast Du vertraute Menschen um dich und bekommst Unterstützung? „Ja.“</li> <li>• Werden deine Stärken und Charaktermerkmale anerkannt? „Ja schon.“</li> <li>• Gibt es dafür bestimmte Situationen oder Beispiele, an denen man das erkennen kann? Hast Du es da schwerer als ein Fernsehheld? Andreas glaubt, er hat es nicht viel schwerer. Leichter haben die es, „weil die sind ja nicht immer echt halt“. Wenn Barth in der Schule „Scheiß“ macht, dann passiert ihm nichts, Andreas würde dafür einen Verweis oder Strafen kriegen.</li> </ul>
Schlussbemerkung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Was bedeutet Fernsehen für dich? Könntest Du es entbehren? Entspannung, Zeitvertreib, Fernsehen tut Andreas, wenn ihm nichts Besseres einfällt, wenn ihm langwei-</li> </ul>

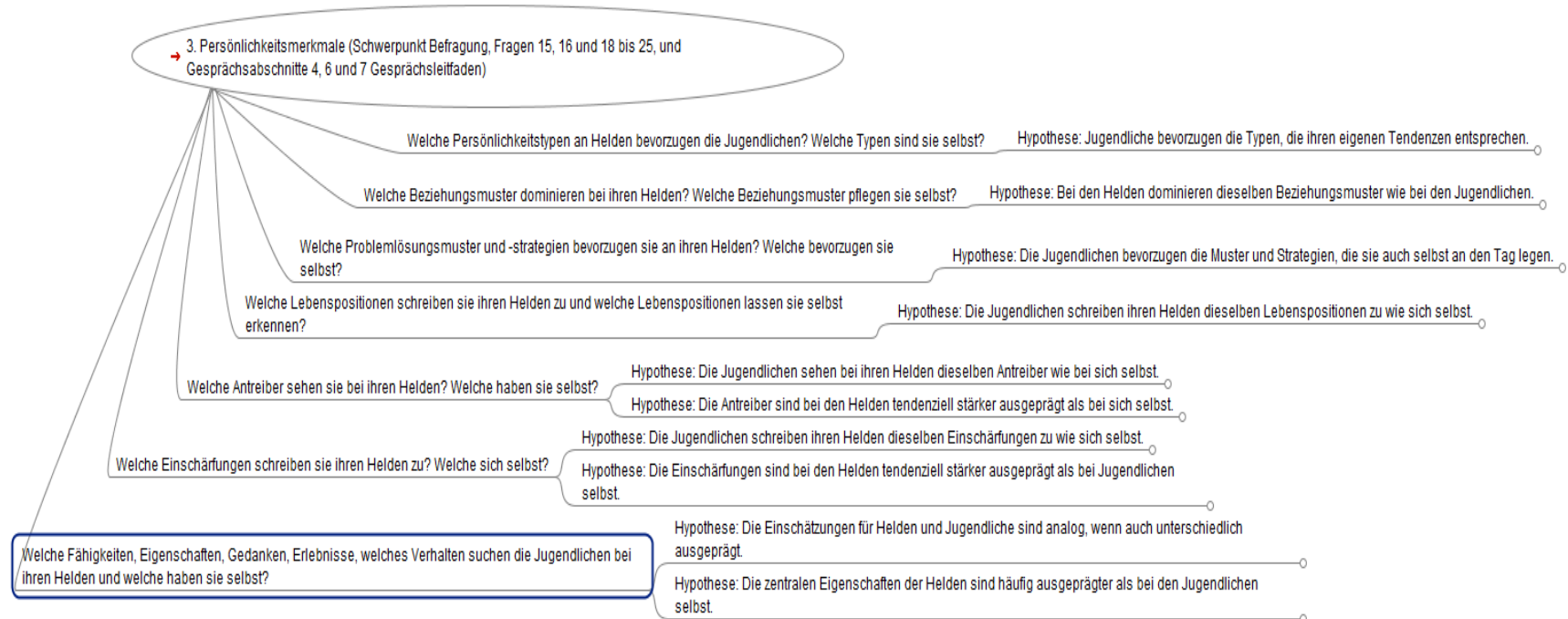
	<p>lig ist.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>· Welche Bestätigungen oder positiven Erlebnisse hast Du dabei? negativ: Werbung positiv: „Es ist halt schön, da zuzuschauen.“</li><li>· Was wäre anders ohne Fernsehen? „Vieles, vieles, das geht eigentlich nicht.“ „Aber ich kann auch was anderes machen.“ Andreas möchte es eigentlich nicht missen. Vorübergehend geht es schon ohne, z.B. im Pfadfinderlager. Manchmal hat er auch gar keine Lust, ein paar Wochen ginge es ohne, aber ganz möchte er nicht ohne Fernsehen leben.</li></ul>
--	--

## Anhang 4: Mind Map Fernseherlebnisse von Jugendlichen

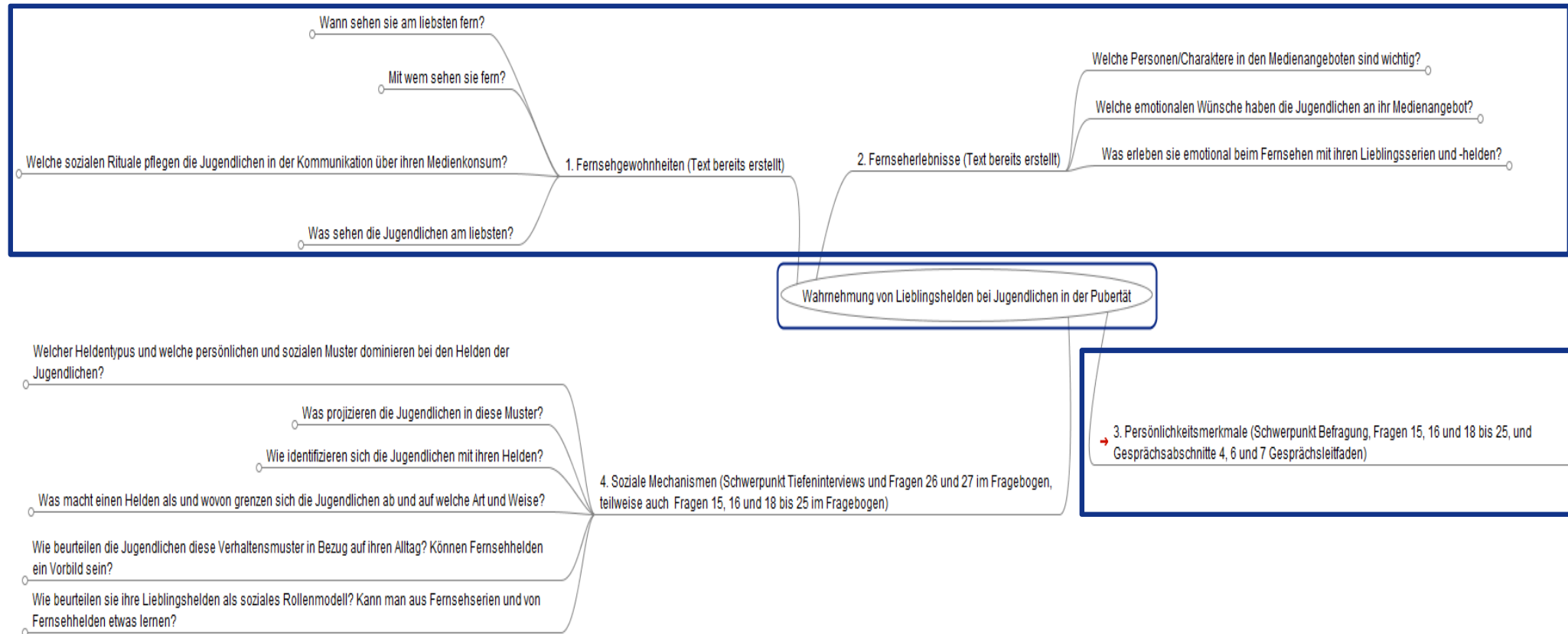
### Überblick: Fragen zu dieser Studie



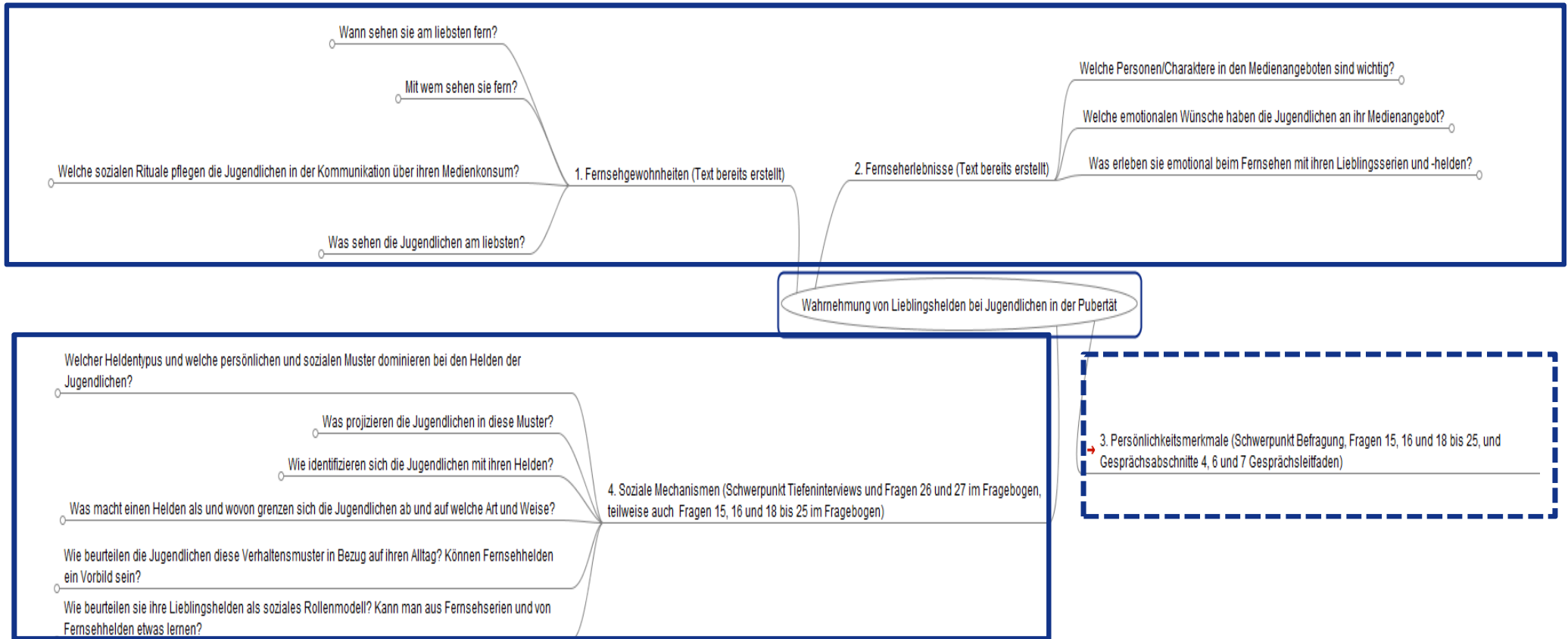
## Fragen und Hypothesen zu Fragenkomplex 3 im Detail



## Fragen mit Schwerpunkt im schriftlichen Fragebogen



## Fragen mit Schwerpunkt die in der qualitativen Befragung



## Anhang 5: Faktorenanalysen Fragenbatterien

Extraktionsmethode: Hauptachsenanalyse, Rotationsverfahren: Varimax.

Es wurden immer 4 Typen betrachtet, auch wenn das Kaiser-Kriterium nicht  $\geq 1$  war, meist war das nur bei den Typen 1 bis 3 der Fall (siehe Farblegende).

Die darüber liegenden Farbmarkierungen beziehen sich auf die Faktorladungen.

### Farblegende

	Kaiser-Kriterium $\geq 1$
	$\geq 0,4$ , relevant für den Faktor
	abweichend zur relevanten Referenz und $\geq 0,3$ und $< 0,4$
	abweichend zur relevanten Referenz und $\geq 0,1$ und $< 0,3$

Varianz in Prozent	Helden	Jugendliche
der helfende Problemlöser	35,4	6,3
der starke Überflieger	10,4	30,8
der beliebte Angepasste	8,1	10,2
der Selbstsichere	6,0	7,3

### Stärken von Helden und Jugendlichen im Vergleich

Label	der helfende Problemlöser	der starke Überflieger	der beliebte Angepasste	der Selbstsichere
Statement Helden / Faktor	1	2	3	4
ihre Stärke	0,18	0,43	0,05	0,08
wie sie Probleme lösen	0,71	0,11	0,18	0,11
wie sie anderen helfen	0,69	-0,06	0,26	0,19
dass sie sich durchsetzen	0,30	0,21	0,16	0,19
ihre Intelligenz	0,32	0,09	0,21	0,21
dass sie Grenzen überwinden	0,22	0,24	0,13	0,15
wie sie schwierige Situationen meistern	0,37	0,14	0,18	0,18
dass andere sie mögen und auf sie zugehen	0,28	0,06	0,57	0,19
dass sie sich anpassen	0,13	0,08	0,73	0,17
wie sie mit anderen verhandeln und Zugeständnisse machen	0,28	0,19	0,53	0,14
dass sie andere übertreffen	-0,04	0,73	0,09	0,22
wie sicher sie sind	0,07	0,35	0,19	0,53
wie sie sich selbst vertrauen	0,27	0,11	0,20	0,64
dass sie andere lenken	0,09	0,35	0,15	0,42

Label	der starke Überflieger	der beliebte Angepasste	der Selbstsichere	der helfende Problemlöser
Statement Jugendliche / Faktor	1	2	3	4
stark sein	0,58	-0,04	0,15	0,09
Probleme lösen	0,15	0,21	0,13	0,65
anderen helfen	-0,02	0,17	0,19	0,68
mich durchsetzen	0,29	0,07	0,21	0,14
intelligent sein	0,23	0,20	0,14	0,20
Grenzen überwinden	0,16	0,15	0,18	0,09
schwierige Situationen meistern	0,29	0,15	0,15	0,22
andere für mich begeistern und auf sie zugehen	0,29	0,29	0,11	0,16
mich anpassen	-0,03	0,68	0,15	0,16
mit anderen verhandeln und Zugeständnisse machen	0,09	0,41	0,07	0,20
andere übertreffen	0,48	0,13	0,07	-0,10
sicher sein	0,35	0,15	0,63	0,12
mir selbst vertrauen	0,02	0,13	0,65	0,22
andere lenken	0,22	0,10	0,13	0,08



## Eigenschaften von Helden und Jugendlichen im Vergleich

Varianz in Prozent	Helden	Jugendliche
der perfekte Besserwisser	30,4	29,8
der sozial Integrierte	13,8	12,0
der starke Kämpfer	7,7	
der zähe Erfolgreiche		7,8
der beliebte Bewunderte	6,0	6,9

Label	der perfekte Besserwisser	der sozial Integrierte	der starke Kämpfer	der beliebte Bewunderte
Statement Helden / Faktor	1	2	3	4
sind nett und freundlich	-0,03	0,70	0,09	0,13
sind stark und sicher	0,17	0,17	0,63	0,19
sind beliebt bei allen	0,11	0,25	0,08	0,68
werden bewundert	0,11	0,16	0,23	0,63
brauchen niemanden	0,58	-0,12	0,14	0,05
wissen über alles Bescheid	0,64	0,04	0,17	0,13
können sich wehren	0,17	0,02	0,67	0,09
haben Freunde, mit denen sie über alles reden können	-0,08	0,67	0,05	0,14
sind besser als andere	0,33	-0,05	0,17	0,17
zeigen anderen, wo es lang geht	0,23	-0,04	0,21	0,11
lassen sich nicht unterkriegen	0,09	0,08	0,37	0,11
machen keine Fehler	0,47	-0,02	0,05	0,10
werden nicht ungerecht behandelt	0,21	0,22	0,09	0,17
erreichen ihre Ziele	0,14	0,23	0,30	0,15
werden verstanden	0,08	0,41	0,12	0,25

Label	der perfekte Besserwisser	der sozial Integrierte	der zähe Erfolgreiche	der beliebte Bewunderte
Statement Jugendliche / Faktor	1	2	3	4
bin nett und freundlich	0,00	0,18	0,02	0,17
bin stark und sicher	0,21	0,06	0,16	0,26
bin beliebt bei allen	0,16	0,24	0,07	0,66
werde bewundert	0,19	0,13	0,07	0,74
brauche niemanden	0,42	-0,12	0,05	0,02
weiß über alles Bescheid	0,57	0,04	0,03	0,20
kann mich wehren	0,12	0,18	0,22	0,15
habe Freunde, mit denen ich über alles reden kann	-0,10	0,52	0,10	0,13
bin besser als andere	0,53	0,06	0,04	0,25
zeige anderen, wo es lang geht	0,38	0,03	0,24	0,23
lasse mich nicht unterkriegen	0,09	0,15	0,71	0,07
mache keine Fehler	0,77	0,09	0,09	0,11
werde nicht ungerecht behandelt	0,14	0,40	0,33	0,10
erreiche meine Ziele	0,17	0,21	0,24	0,13
werde verstanden	0,07	0,74	0,04	0,14

### Verhalten von Helden und Jugendlichen im Vergleich

Varianz in Prozent	Helden	Jugendliche
der harte Kämpfer	25,3	23,4
der sozial Integrierte	20,0	19,2
der schlaue Problemlöse	6,7	8,0
der Durchsetzungsstarke	6,3	7,1

Label	der harte Kämpfer	der sozial Integrierte	der schlaue Problemlöser	der Durchsetzungsstarke
Statement Helden / Faktor	1	2	3	4
reden mit anderen	-0,12	0,55	0,03	0,15
kämpfen mit ihren Gegnern	0,78	-0,11	0,21	0,06
kennen die Lösung vorher	0,16	0,05	0,63	0,05
finden einen Mittelweg	0,14	0,29	0,35	0,11
hören auch auf andere	-0,10	0,55	0,06	0,09
regeln alles sofort	0,14	0,06	0,45	0,36
tun was die anderen wollen	0,10	0,16	0,14	0,07
sagen laut ihre Meinung	0,11	0,16	0,11	0,56
sind schlauer als andere	0,29	0,01	0,47	0,21
hauen auf den Tisch	0,40	-0,17	0,16	0,22
machen ihre Feinde fertig	0,81	-0,11	0,17	0,11
können gut zuhören	-0,16	0,74	0,09	0,09
nehmen Rücksicht auf andere	-0,09	0,78	0,02	0,06
setzen sich durch	0,43	0,12	0,20	0,41
schlagen zu	0,71	-0,25	0,10	0,10

Label	der harte Kämpfer	der sozial Integrierte	der schlaue Problemlöser	der Durchsetzungsstarke
Statement Jugendliche / Faktor	1	2	3	4
rede mit anderen	-0,13	0,35	0,01	0,11
kämpfe mit meinen Gegnern	0,82	-0,14	0,25	0,03
kenne die Lösung vorher	0,20	0,04	0,69	0,12
finde einen Mittelweg	-0,01	0,18	0,30	0,23
höre auch auf andere	-0,15	0,32	0,03	0,00
regle alles sofort	0,12	0,09	0,35	0,26
tue was die anderen wollen	0,08	0,08	0,15	-0,02
sage laut meine Meinung	0,05	0,07	0,16	0,58
bin schlauer als andere	0,15	-0,04	0,59	0,15
haue auf den Tisch	0,42	-0,12	0,20	0,31
mache meine Feinde fertig	0,71	-0,08	0,12	0,23
kann gut zuhören	-0,14	0,74	0,02	0,12
nehme Rücksicht auf andere	-0,17	0,70	0,05	0,08
setze mich durch	0,26	0,13	0,12	0,65
schlage zu	0,73	-0,15	0,07	0,11

Varianz in Prozent	Helden	Jugendliche
der strahlende Sieger	25,7	15,0
der unglückliche Verfolgte		24,7
der einsame Betrogene	14,9	5,7
der gute Kämpfer	7,8	
der einsame Unverstandene		7,3
der unglückliche Ungeduldige	5,8	

409

## Erlebnisse von Helden und Jugendlichen im Vergleich

Label	der strahlende Sieger	der einsame Betrogene	der gute Kämpfer	der unglückliche Ungeduldige
Statement Helden / Faktor	1	2	3	4
sind einsam	-0,03	0,64	0,03	0,12
werden von anderen betrogen	0,03	0,73	0,15	0,07
werden gelobt	0,51	0,00	0,01	0,01
sind am Ende glücklich	0,77	0,00	0,05	-0,05
werden zu Unrecht bestraft	0,01	0,37	0,16	0,25
sind die strahlenden Sieger	0,57	-0,02	0,42	0,06
verlieren die Geduld	-0,02	0,17	0,15	0,61
haben viele böse Feinde	0,12	0,13	0,81	0,20
bemühen sich vergeblich	0,08	0,19	0,01	0,11
erleben Ungerechtigkeit	0,11	0,23	0,27	0,09
können nichts richtig machen	-0,11	0,24	-0,08	0,26
decken Gemeinheiten auf	0,28	0,03	0,32	-0,03
werden von anderen verfolgt	0,09	0,14	0,61	0,03
müssen sich rechtfertigen	0,13	0,14	0,25	0,15
müssen andere belehren	0,33	0,08	0,18	0,02
stehen vor großen Aufgaben	0,39	-0,01	0,37	-0,09

Label	der unglückliche Verfolgte	der strahlende Sieger	der einsame Unverstandene	der einsame Betrogene
Statement Jugendliche / Faktor	1	2	3	4
bin einsam	0,11	-0,15	0,25	0,70
werde von anderen betrogen	0,35	-0,10	0,14	0,61
werde gelobt	0,01	0,66	-0,08	0,06
bin am Ende glücklich	-0,10	0,68	0,05	-0,24
werde zu Unrecht bestraft	0,16	0,00	0,11	0,15
bin der strahlende Sieger	0,16	0,55	0,01	-0,13
verliere die Geduld	0,14	0,02	0,16	0,11
habe viele böse Feinde	0,67	-0,02	0,08	0,18
bemühe mich vergeblich	0,04	0,02	0,58	0,13
erlebe Ungerechtigkeit	0,17	0,03	0,32	0,13
kann nichts richtig machen	0,15	-0,07	0,49	0,18
decke Gemeinheiten auf	0,28	0,22	0,02	0,03
werde von anderen verfolgt	0,70	0,03	0,11	0,15
muss mich rechtfertigen	0,16	0,01	0,12	0,07
muss andere belehren	0,19	0,28	0,05	0,02
stehe vor großen Aufgaben	0,15	0,25	0,05	0,05

## Gedanken von Helden und Jugendlichen im Vergleich

Varianz in Prozent	Helden	Jugendliche
der Leistungsorientierte	23,8	7,8
der misstrauische Kämpfer	15,6	14,7
der Klarsichtige	6,7	23,3
der engagierte Helfer	6,0	6,1

Label	der Leistungsorientierte	der misstrauische Kämpfer	der Klarsichtige	der engagierte Helfer
Statement Helden / Faktor	1	2	3	4
Ich bin der/die Beste	0,11	0,46	0,07	-0,07
Man hat es nicht leicht	0,10	0,08	0,09	0,61
Vertraue niemandem	-0,02	0,68	0,01	0,06
Ich muss anderen helfen	0,20	-0,09	0,20	0,61
Man ist nie gut genug	0,52	0,16	0,02	0,11
Es gibt für alles eine Lösung	0,42	-0,10	0,24	0,44
Man muss Leistung bringen	0,45	0,18	0,27	0,19
Zuneigung muss man sich verdienen	0,45	0,11	0,12	0,20
Schwäche zeigen wird bestraft	0,21	0,62	0,10	-0,09
Jeder kann ein Feind sein	0,10	0,67	0,12	0,09
Ich bin in Ordnung	0,12	0,05	0,23	0,14
Man ist immer allein	0,11	0,50	-0,10	-0,10
Ich weiß, was ich tun muss	0,09	0,11	0,60	0,14
Ich kann tun, was ich will	0,16	0,22	0,09	0,08
Man weiß nie, was passiert	0,12	0,12	0,21	0,20
Ich weiß, wozu ich hier bin	0,16	0,05	0,49	0,29

Label	der Klarsichtige	der misstrauische Kämpfer	der Leistungsorientierte	der engagierte Helfer
Statement Jugendliche / Faktor	1	2	3	4
Ich bin der/die Beste	0,16	0,26	0,00	-0,10
Man hat es nicht leicht	0,07	0,08	0,14	0,16
Vertraue niemandem	0,03	0,60	0,21	0,06
Ich muss anderen helfen	0,22	-0,01	0,02	0,69
Man ist nie gut genug	0,09	0,21	0,64	0,02
Es gibt für alles eine Lösung	0,42	-0,18	0,04	0,23
Man muss Leistung bringen	0,28	0,06	0,25	0,04
Zuneigung muss man sich verdienen	0,17	0,15	0,04	0,12
Schwäche zeigen wird bestraft	0,03	0,60	0,15	-0,14
Jeder kann ein Feind sein	0,18	0,68	0,04	0,04
Ich bin in Ordnung	0,52	0,02	0,05	0,14
Man ist immer allein	-0,13	0,53	0,05	0,02
Ich weiß, was ich tun muss	0,63	0,09	0,06	-0,01
Ich kann tun, was ich will	0,05	0,20	0,10	0,05
Man weiß nie, was passiert	0,32	0,15	0,10	-0,02
Ich weiß, wozu ich hier bin	0,63	0,04	0,01	0,16

## Anhang 6: Ergebnistabellen Befragung

### T-Test: Welche Stärken haben Helden und Jugendliche?

Gepaarte Differenzen	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes	Konfidenzintervall 95 %		T	df	Signifikanz (zweiseitig)
				Untere	Obere			
ihre Stärke - stark sein	0,04	1,03	0,03	-0,02	0,11	1,27	924	,203
wie sie Probleme lösen - Probleme lösen	-0,15	0,99	0,03	-0,22	-0,09	-4,79	931	,000
wie sie anderen helfen - anderen helfen	0,13	0,94	0,03	0,07	0,19	4,09	931	,000
dass sie sich durchsetzen - mich durchsetzen	-0,07	1,05	0,03	-0,14	-0,01	-2,16	929	,031
ihre Intelligenz - intelligent sein	-0,03	1,02	0,03	-0,10	0,03	-1,03	926	,301
dass sie Grenzen überwinden - Grenzen überwinden	-0,17	1,01	0,03	-0,23	-0,10	-5,09	920	,000
wie sie schwierige Situationen meistern - schwierige Situationen meistern	-0,33	1,01	0,03	-0,39	-0,26	-9,88	930	,000
dass andere sie mögen und auf sie zugehen - andere für mich begeistern und auf sie zugehen	-0,29	1,12	0,04	-0,37	-0,22	-7,95	923	,000
dass sie sich anpassen - mich anpassen	0,26	1,04	0,03	0,19	0,33	7,55	923	,000
wie sie mit anderen verhandeln und Zugeständnisse machen - mit anderen verhandeln und Zugeständnisse machen	0,08	1,08	0,04	0,01	0,15	2,26	921	,024
dass sie andere übertreffen - andere übertreffen	-0,11	1,04	0,03	-0,18	-0,04	-3,16	919	,002
wie sicher sie sind - sicher sein	0,09	1,07	0,04	0,02	0,16	2,54	924	,011
wie sie sich selbst vertrauen - mir selbst vertrauen	0,19	1,09	0,04	0,12	0,26	5,40	929	,000
dass sie andere lenken - andere lenken	-0,10	1,07	0,04	-0,17	-0,03	-2,83	918	,005

### ***T-Test: Wie sind Helden und Jugendliche?***

Gepaarte Differenzen	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes	Konfidenzintervall 95 %		T	df	Signifikanz (zweiseitig)
				Untere	Obere			
sind nett und freundlich - bin nett und freundlich	0,06	0,79	0,03	0,01	0,11	2,34	936	,019
sind stark und sicher - bin stark und sicher	-0,36	0,91	0,03	-0,42	-0,30	-12,13	929	,000
sind beliebt bei allen - bin beliebt bei allen	-0,41	0,99	0,03	-0,48	-0,35	-12,61	921	,000
werden bewundert - werde bewundert	-0,70	1,00	0,03	-0,77	-0,64	-21,24	920	,000
brauchen niemanden - brauche niemanden	-0,19	1,06	0,04	-0,26	-0,12	-5,37	924	,000
wissen über alles Bescheid - weiß über alles Bescheid	-0,26	0,96	0,03	-0,32	-0,20	-8,28	925	,000
können sich wehren - kann mich wehren	-0,17	0,89	0,03	-0,23	-0,12	-5,95	927	,000
haben Freunde, mit denen sie über alles reden können - habe Freunde, mit denen ich über alles reden kann	0,09	1,01	0,03	0,02	0,15	2,72	924	,007
sind besser als andere - bin besser als andere	-0,60	1,01	0,03	-0,67	-0,54	-18,17	927	,000
zeigen anderen, wo es lang geht - zeige anderen, wo es lang geht	-0,45	1,00	0,03	-0,52	-0,39	-13,78	926	,000
lassen sich nicht unterkriegen - lasse mich nicht unterkriegen	-0,24	0,94	0,03	-0,30	-0,18	-7,82	924	,000
machen keine Fehler - mache keine Fehler	-0,23	0,90	0,03	-0,29	-0,17	-7,80	928	,000
werden nicht ungerecht behandelt - werde nicht ungerecht behandelt	0,04	1,07	0,04	-0,03	0,11	1,13	924	,257
erreichen ihre Ziele - erreiche meine Ziele	-0,33	0,84	0,03	-0,39	-0,28	-12,07	935	,000
werden verstanden - werde verstanden	-0,03	0,94	0,03	-0,09	0,03	-1,05	930	,295

***T-Test: Wie verhalten sich Jugendliche und Helden?***

Gepaarte Differenzen	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes	Konfidenzintervall 95 %		T	df	Signifikanz (zweiseitig)
				Untere	Obere			
reden mit anderen - rede mit anderen	0,09	0,85	0,03	0,04	0,15	3,32	929	,001
kämpfen mit ihren Gegnern - kämpfe mit meinen Gegnern	-0,76	1,05	0,03	-0,83	-0,69	-22,10	929	,000
kennen die Lösung vorher - kenne die Lösung vorher	-0,40	0,91	0,03	-0,46	-0,34	-13,28	921	,000
finden einen Mittelweg - finde einen Mittelweg	-0,12	0,83	0,03	-0,18	-0,07	-4,53	926	,000
hören auch auf andere - höre auch auf andere	0,09	0,91	0,03	0,03	0,15	3,13	930	,002
regeln alles sofort - regle alles sofort	-0,23	0,93	0,03	-0,29	-0,17	-7,49	929	,000
tun was die anderen wollen - tue was die anderen wollen	-0,02	0,91	0,03	-0,08	0,04	-0,54	927	,590
sagen laut ihre Meinung - sage laut meine Meinung	-0,23	0,97	0,03	-0,29	-0,17	-7,20	933	,000
sind schlauer als andere - bin schlauer als andere	-0,39	0,91	0,03	-0,45	-0,33	-13,02	923	,000
hauen auf den Tisch - haue auf den Tisch	-0,27	0,94	0,03	-0,33	-0,21	-8,78	928	,000
machen ihre Feinde fertig - mache meine Feinde fertig	-0,65	1,11	0,04	-0,72	-0,58	-17,95	928	,000
können gut zuhören - kann gut zuhören	0,17	0,91	0,03	0,11	0,23	5,77	926	,000
nehmen Rücksicht auf andere - nehme Rücksicht auf andere	0,13	0,91	0,03	0,07	0,18	4,18	927	,000
setzen sich durch - setze mich durch	-0,30	0,86	0,03	-0,35	-0,24	-10,52	926	,000
schlagen zu - schlage zu	-0,60	1,05	0,03	-0,67	-0,54	-17,48	931	,000

### ***T-Test: Was erleben Jugendliche und Helden?***

Gepaarte Differenzen	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes	Konfidenzintervall 95 %		T	df	Signifikanz (zweiseitig)
				Untere	Obere			
sind einsam - bin einsam	-0,12	0,99	0,03	-0,18	-0,06	-3,69	922	,000
werden von anderen betrogen - werde von anderen betrogen	-0,43	0,98	0,03	-0,49	-0,36	-13,15	916	,000
werden gelobt - werde gelobt	-0,15	0,83	0,03	-0,21	-0,10	-5,58	919	,000
sind am Ende glücklich - bin am Ende glücklich	-0,31	0,91	0,03	-0,36	-0,25	-10,22	919	,000
werden zu Unrecht bestraft - werde zu Unrecht bestraft	-0,11	0,99	0,03	-0,18	-0,05	-3,46	917	,001
sind die strahlenden Sieger - bin der strahlende Sieger	-0,57	0,94	0,03	-0,63	-0,51	-18,53	919	,000
verlieren die Geduld - verliere die Geduld	0,15	0,96	0,03	0,08	0,21	4,58	918	,000
haben viele böse Feinde - habe viele böse Feinde	-0,89	1,18	0,04	-0,97	-0,81	-22,85	918	,000
bemühen sich vergeblich - bemühe mich vergeblich	-0,07	0,95	0,03	-0,14	-0,01	-2,34	910	,020
erleben Ungerechtigkeit - erlebe Ungerechtigkeit	-0,33	0,98	0,03	-0,39	-0,26	-10,15	916	,000
können nichts richtig machen - kann nichts richtig machen	0,13	0,96	0,03	0,07	0,19	4,02	913	,000
decken Gemeinheiten auf - decke Gemeinheiten auf	-0,56	1,03	0,03	-0,62	-0,49	-16,34	914	,000
werden von anderen verfolgt - werde von anderen verfolgt	-0,95	1,10	0,04	-1,02	-0,88	-26,10	916	,000
müssen sich rechtfertigen - muss mich rechtfertigen	-0,37	0,98	0,03	-0,44	-0,31	-11,51	905	,000
müssen andere belehren - muss andere belehren	-0,38	0,97	0,03	-0,44	-0,31	-11,72	913	,000
stehen vor großen Aufgaben - stehe vor großen Aufgaben	-0,76	1,01	0,03	-0,82	-0,69	-22,74	919	,000



**T-Test: Was denken Jugendliche und Helden?**

Gepaarte Differenzen	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes	Konfidenzintervall 95 %		T	df	Signifikanz (zweiseitig)
				Untere	Obere			
Ich bin der/die Beste - Ich bin der/die Beste	-0,36	0,85	0,03	-0,42	-0,30	-12,70	894	,000
Man hat es nicht leicht - Man hat es nicht leicht	0,01	0,85	0,03	-0,05	0,06	0,20	895	,845
Vertraue niemandem - Vertraue niemandem	-0,27	0,94	0,03	-0,33	-0,21	-8,60	890	,000
Ich muss andern helfen - Ich muss andern helfen	-0,09	0,90	0,03	-0,15	-0,03	-2,98	896	,003
Man ist nie gut genug - Man ist nie gut genug	-0,02	0,95	0,03	-0,08	0,04	-0,71	890	,480
Es gibt für alles eine Lösung - Es gibt für alles eine Lösung	-0,10	0,81	0,03	-0,15	-0,05	-3,68	890	,000
Man muss Leistung bringen - Man muss Leistung bringen	-0,05	0,86	0,03	-0,11	0,01	-1,73	882	,084
Zuneigung muss man sich verdienen - Zuneigung muss man sich verdienen	-0,10	0,89	0,03	-0,16	-0,04	-3,38	884	,001
Schwäche zeigen wird bestraft - Schwäche zeigen wird bestraft	-0,19	0,98	0,03	-0,26	-0,13	-5,79	881	,000
Jeder kann ein Feind sein - Jeder kann ein Feind sein	-0,35	1,01	0,03	-0,42	-0,29	-10,34	881	,000
Ich bin in Ordnung - Ich bin in Ordnung	-0,04	0,84	0,03	-0,09	0,02	-1,40	886	,162
Man ist immer allein - Man ist immer allein	-0,09	0,96	0,03	-0,15	-0,03	-2,74	882	,006
Ich weiß, was ich tun muss - Ich weiß, was ich tun muss	-0,18	0,94	0,03	-0,24	-0,12	-5,66	874	,000
Ich kann nicht tun, was ich will - Ich kann nicht tun, was ich will	-0,03	1,02	0,03	-0,10	0,04	-0,89	882	,375
Man weiß nie, was passiert - Man weiß nie, was passiert	-0,08	0,96	0,03	-0,14	-0,01	-2,38	882	,018
Ich weiß, wozu ich hier bin - Ich weiß, wozu ich hier bin	-0,24	0,94	0,03	-0,31	-0,18	-7,70	886	,000

### ***T-Test: Lebenspositionen von Jugendlichen und Helden***

Gepaarte Differenzen	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes	Konfidenzintervall 95 %		T	df	Signifikanz (zweiseitig)
				Untere	Obere			
Ich bin ok - die anderen sind ok - Ich bin ok - die anderen sind ok	-0,44	0,59	0,02	-0,48	-0,40	-22,38	897	,000
Ich bin ok - die anderen sind nicht ok - Ich bin ok - die anderen sind nicht ok	-0,28	0,55	0,02	-0,32	-0,24	-15,26	894	,000
Ich bin nicht ok - die anderen sind ok - Ich bin nicht ok - die anderen sind ok	-0,11	0,59	0,02	-0,15	-0,08	-5,77	885	,000
Ich bin nicht ok - die anderen sind nicht ok - Ich bin nicht ok - die anderen sind nicht ok	-0,59	0,69	0,02	-0,64	-0,55	-25,59	900	,000

### ***T-Test: Einschärfungen von Jugendlichen und Helden***

Gepaarte Differenzen	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes	Konfidenzintervall 95 %		T	df	Signifikanz (zweiseitig)
				Untere	Obere			
Bin ich in Ordnung, wie ich bin? - Bin ich in Ordnung, wie ich bin?	-0,19	0,48	0,02	-0,22	-0,16	-11,72	866	,000
Darf ich durch mein Handeln Bedeutung erlangen? - Darf ich durch mein Handeln Bedeutung erlangen?	-0,04	0,51	0,02	-0,07	0,00	-2,14	870	,033
Darf ich mit anderen in Kontakt gehen? - Darf ich mit anderen in Kontakt gehen?	-0,20	0,54	0,02	-0,24	-0,17	-10,94	857	,000
Darf ich bestimmte Eigenschaften (Stärken) haben? - Darf ich bestimmte Eigenschaften (Stärken) haben?	-0,04	0,44	0,02	-0,07	-0,01	-2,57	842	,010

### ***T-Test: Antreiber von Jugendlichen und Helden***

Gepaarte Differenzen	Mittelwert	Standardabweichung	Standardfehler des Mittelwertes	Konfidenzintervall 95 %		T	df	Signifikanz (zweiseitig)
				Untere	Obere			
Sei stark! - Sei stark!	-0,44	0,68	0,02	-0,49	-0,40	-19,69	914	,000
Sei stark!_2 - Sei stark!_2	-0,39	0,71	0,02	-0,43	-0,34	-16,61	918	,000
Sei perfekt! - Sei perfekt!	-0,37	0,61	0,02	-0,40	-0,33	-18,14	904	,000
Streng Dich an! - Streng Dich an!	-0,26	0,57	0,02	-0,30	-0,23	-14,09	915	,000
Sei gefällig! - Sei gefällig!	0,09	0,60	0,02	0,05	0,13	4,52	906	,000
Beeil Dich! - Beeil Dich!	-0,23	0,93	0,03	-0,29	-0,17	-7,49	929	,000

### T-Test: Stärken von Jugendlichen nach Geschlecht

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Stdfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
stark sein	Varianzen sind gleich	5,65	,018	5,13	932	,000	0,25	0,05	0,16	0,35
	Varianzen sind nicht gleich			5,13	932	,000	0,25	0,05	0,16	0,35
Probleme lösen	Varianzen sind gleich	0,61	,434	1,01	939	,315	0,05	0,05	-0,04	0,14
	Varianzen sind nicht gleich			1,01	932	,315	0,05	0,05	-0,04	0,14
anderen helfen	Varianzen sind gleich	0,46	,497	-5,35	941	,000	-0,25	0,05	-0,34	-0,16
	Varianzen sind nicht gleich			-5,36	903	,000	-0,25	0,05	-0,34	-0,16
mich durchsetzen	Varianzen sind gleich	0,72	,397	0,64	942	,519	0,03	0,05	-0,07	0,13
	Varianzen sind nicht gleich			0,64	940	,520	0,03	0,05	-0,07	0,13
intelligent sein	Varianzen sind gleich	2,38	,123	4,06	938	,000	0,2	0,05	0,1	0,29
	Varianzen sind nicht gleich			4,06	936	,000	0,2	0,05	0,1	0,29
Grenzen überwinden	Varianzen sind gleich	1,02	,312	4,21	932	,000	0,22	0,05	0,12	0,33
	Varianzen sind nicht gleich			4,21	924	,000	0,22	0,05	0,12	0,33
schwierige Situationen meistern	Varianzen sind gleich	0,97	,326	2,69	939	,007	0,13	0,05	0,04	0,23
	Varianzen sind nicht gleich			2,69	938	,007	0,13	0,05	0,04	0,23
andere für mich begeistern und auf sie zugehen	Varianzen sind gleich	0,02	,875	-0,09	934	,931	0	0,05	-0,11	0,1
	Varianzen sind nicht gleich			-0,09	934	,931	0	0,05	-0,11	0,1
mich anpassen	Varianzen sind gleich	0,07	,788	0,14	938	,892	0,01	0,05	-0,09	0,11
	Varianzen sind nicht gleich			0,14	938	,892	0,01	0,05	-0,09	0,11
mit anderen verhandeln und Zugeständnisse machen	Varianzen sind gleich	0,08	,781	2,41	935	,016	0,13	0,05	0,02	0,23
	Varianzen sind nicht gleich			2,41	935	,016	0,13	0,05	0,02	0,23
andere übertreffen	Varianzen sind gleich	9,11	,003	7,35	930	,000	0,4	0,05	0,29	0,51
	Varianzen sind nicht gleich			7,35	926	,000	0,4	0,05	0,29	0,51
sicher sein	Varianzen sind gleich	1,23	,268	2,56	938	,011	0,13	0,05	0,03	0,23
	Varianzen sind nicht gleich			2,56	938	,011	0,13	0,05	0,03	0,23
mir selbst vertrauen	Varianzen sind gleich	1,73	,189	1,44	940	,149	0,08	0,05	-0,03	0,18
	Varianzen sind nicht gleich			1,44	939	,149	0,08	0,05	-0,03	0,18
andere lenken	Varianzen sind gleich	8,69	,003	1,40	929	,161	0,08	0,06	-0,03	0,19
	Varianzen sind nicht gleich			1,41	922	,160	0,08	0,06	-0,03	0,19

### T-Test: Stärken von Helden nach Geschlecht

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Stdfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
ihre Stärke	Varianzen sind gleich	1,73	,189	7,17	939	,000	0,43	0,06	0,32	0,55
	Varianzen sind nicht gleich			7,18	925	,000	0,43	0,06	0,32	0,55
wie sie Probleme lösen	Varianzen sind gleich	8,32	,004	-3,95	943	,000	-0,22	0,06	-0,33	-0,11
	Varianzen sind nicht gleich			-3,96	911	,000	-0,22	0,06	-0,33	-0,11
wie sie anderen helfen	Varianzen sind gleich	23,12	,000	-8,4	940	,000	-0,47	0,06	-0,59	-0,36
	Varianzen sind nicht gleich			-8,42	890	,000	-0,47	0,06	-0,59	-0,36
dass sie sich durchsetzen	Varianzen sind gleich	2,25	,134	-1,32	936	,186	-0,07	0,06	-0,18	0,04
	Varianzen sind nicht gleich			-1,32	930	,186	-0,07	0,06	-0,18	0,04
ihre Intelligenz	Varianzen sind gleich	1,39	,239	1,51	936	,131	0,09	0,06	-0,03	0,21
	Varianzen sind nicht gleich			1,51	933	,130	0,09	0,06	-0,03	0,21
dass sie Grenzen überwinden	Varianzen sind gleich	0,24	,628	1,7	936	,090	0,10	0,06	-0,02	0,22
	Varianzen sind nicht gleich			1,7	935	,089	0,10	0,06	-0,02	0,22
wie sie schwierige Situationen meistern	Varianzen sind gleich	6,00	,014	-0,24	938	,811	-0,01	0,06	-0,12	0,10
	Varianzen sind nicht gleich			-0,24	931	,811	-0,01	0,06	-0,12	0,10
dass andere sie mögen und auf sie zugehen	Varianzen sind gleich	43,95	,000	-6,75	934	,000	-0,39	0,06	-0,51	-0,28
	Varianzen sind nicht gleich			-6,75	915	,000	-0,39	0,06	-0,51	-0,28
dass sie sich anpassen	Varianzen sind gleich	13,86	,000	-2,49	932	,013	-0,15	0,06	-0,27	-0,03
	Varianzen sind nicht gleich			-2,49	923	,013	-0,15	0,06	-0,27	-0,03
wie sie mit anderen verhandeln und Zugeständnisse machen	Varianzen sind gleich	22,53	,000	-2,16	930	,031	-0,13	0,06	-0,24	-0,01
	Varianzen sind nicht gleich			-2,17	912	,031	-0,13	0,06	-0,24	-0,01
dass sie andere übertreffen	Varianzen sind gleich	2,25	,134	7,2	929	,000	0,46	0,06	0,34	0,59
	Varianzen sind nicht gleich			7,21	927	,000	0,46	0,06	0,34	0,59
wie sicher sie sind	Varianzen sind gleich	13,41	,000	0,46	931	,645	0,03	0,06	-0,09	0,15
	Varianzen sind nicht gleich			0,46	919	,645	0,03	0,06	-0,09	0,15
wie sie sich selbst vertrauen	Varianzen sind gleich	15,80	,000	-3,48	937	,001	-0,22	0,06	-0,34	-0,09
	Varianzen sind nicht gleich			-3,48	923	,001	-0,22	0,06	-0,34	-0,09
dass sie andere lenken	Varianzen sind gleich	6,61	,010	1,11	932	,267	0,07	0,06	-0,05	0,20
	Varianzen sind nicht gleich			1,11	929	,266	0,07	0,06	-0,05	0,20

### T-Test: Eigenschaften von Jugendlichen nach Geschlecht

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Stdfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
bin nett und freundlich	Varianzen sind gleich	0,11	,739	-3,21	942	,001	-0,12	0,04	-0,20	-0,05
	Varianzen sind nicht gleich			-3,22	904	,001	-0,12	0,04	-0,20	-0,05
bin stark und sicher	Varianzen sind gleich	0,16	,687	4,05	939	,000	0,19	0,05	0,10	0,28
	Varianzen sind nicht gleich			4,06	933	,000	0,19	0,05	0,10	0,28
bin beliebt bei allen	Varianzen sind gleich	0,54	,461	2,71	928	,007	0,13	0,05	0,04	0,22
	Varianzen sind nicht gleich			2,71	928	,007	0,13	0,05	0,04	0,22
werde bewundert	Varianzen sind gleich	9,62	,002	-0,29	926	,773	-0,01	0,05	-0,11	0,08
	Varianzen sind nicht gleich			-0,29	908	,773	-0,01	0,05	-0,11	0,08
brauche niemanden	Varianzen sind gleich	4,73	,030	2,99	930	,003	0,18	0,06	0,06	0,30
	Varianzen sind nicht gleich			2,99	930	,003	0,18	0,06	0,06	0,30
weiß über alles Bescheid	Varianzen sind gleich	18,99	,000	2,46	931	,014	0,12	0,05	0,02	0,21
	Varianzen sind nicht gleich			2,47	921	,014	0,12	0,05	0,02	0,21
kann mich wehren	Varianzen sind gleich	10,78	,001	3,03	936	,003	0,14	0,05	0,05	0,23
	Varianzen sind nicht gleich			3,03	936	,003	0,14	0,05	0,05	0,23
habe Freunde, mit denen ich über alles reden kann	Varianzen sind gleich	2,10	,148	-6,03	939	,000	-0,30	0,05	-0,40	-0,20
	Varianzen sind nicht gleich			-6,03	931	,000	-0,30	0,05	-0,40	-0,20
bin besser als andere	Varianzen sind gleich	31,91	,000	6,05	932	,000	0,30	0,05	0,20	0,39
	Varianzen sind nicht gleich			6,05	924	,000	0,30	0,05	0,20	0,39
zeige anderen, wo es lang geht	Varianzen sind gleich	23,93	,000	5,27	934	,000	0,29	0,05	0,18	0,40
	Varianzen sind nicht gleich			5,27	929	,000	0,29	0,05	0,18	0,40
lasse mich nicht unterkriegen	Varianzen sind gleich	0,13	,718	2,12	934	,035	0,11	0,05	0,01	0,21
	Varianzen sind nicht gleich			2,12	934	,035	0,11	0,05	0,01	0,21
mache keine Fehler	Varianzen sind gleich	9,41	,002	4,63	933	,000	0,23	0,05	0,13	0,33
	Varianzen sind nicht gleich			4,64	929	,000	0,23	0,05	0,13	0,33
werde nicht ungerecht behandelt	Varianzen sind gleich	0,65	,421	1,22	934	,222	0,07	0,05	-0,04	0,17
	Varianzen sind nicht gleich			1,22	933	,221	0,07	0,05	-0,04	0,17
erreiche meine Ziele	Varianzen sind gleich	0,49	,484	0,1	939	,921	0,00	0,04	-0,08	0,09
	Varianzen sind nicht gleich			0,1	938	,921	0,00	0,04	-0,08	0,09
werde verstanden	Varianzen sind gleich	1,39	,239	-0,56	936	,575	-0,03	0,05	-0,12	0,06
	Varianzen sind nicht gleich			-0,56	925	,574	-0,03	0,05	-0,12	0,06

### T-Test: Eigenschaften von Helden nach Geschlecht

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Stdfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
sind nett und freundlich	Varianzen sind gleich	3,96	,047	-8,59	938	,000	-0,42	0,05	-0,52	-0,33
	Varianzen sind nicht gleich			-8,62	875	,000	-0,42	0,05	-0,52	-0,33
sind stark und sicher	Varianzen sind gleich	14,25	,000	4,54	937	,000	0,23	0,05	0,13	0,33
	Varianzen sind nicht gleich			4,55	937	,000	0,23	0,05	0,13	0,33
sind beliebt bei allen	Varianzen sind gleich	7,54	,006	-1,15	935	,251	-0,06	0,05	-0,17	0,04
	Varianzen sind nicht gleich			-1,15	930	,251	-0,06	0,05	-0,17	0,04
werden bewundert	Varianzen sind gleich	12,24	,000	0,12	934	,902	0,01	0,06	-0,10	0,12
	Varianzen sind nicht gleich			0,12	921	,901	0,01	0,06	-0,10	0,12
brauchen niemanden	Varianzen sind gleich	18,63	,000	3,38	935	,001	0,21	0,06	0,09	0,33
	Varianzen sind nicht gleich			3,38	929	,001	0,21	0,06	0,09	0,33
wissen über alles Bescheid	Varianzen sind gleich	5,39	,021	2,87	934	,004	0,16	0,06	0,05	0,28
	Varianzen sind nicht gleich			2,88	928	,004	0,16	0,06	0,05	0,28
können sich wehren	Varianzen sind gleich	6,85	,009	5,71	936	,000	0,28	0,05	0,19	0,38
	Varianzen sind nicht gleich			5,71	935	,000	0,28	0,05	0,19	0,38
haben Freunde, mit denen sie über alles reden können	Varianzen sind gleich	18,39	,000	-8,88	931	,000	-0,49	0,06	-0,60	-0,38
	Varianzen sind nicht gleich			-8,9	865	,000	-0,49	0,05	-0,60	-0,38
sind besser als andere	Varianzen sind gleich	3,81	,051	6,78	936	,000	0,40	0,06	0,29	0,52
	Varianzen sind nicht gleich			6,78	935	,000	0,40	0,06	0,29	0,52
zeigen anderen, wo es lang geht	Varianzen sind gleich	0,24	,623	7,75	932	,000	0,49	0,06	0,36	0,61
	Varianzen sind nicht gleich			7,75	931	,000	0,49	0,06	0,36	0,61
lassen sich nicht unterkriegen	Varianzen sind gleich	0,13	,720	3,56	936	,000	0,20	0,06	0,09	0,31
	Varianzen sind nicht gleich			3,56	934	,000	0,20	0,06	0,09	0,31
machen keine Fehler	Varianzen sind gleich	12,07	,001	5,18	935	,000	0,29	0,06	0,18	0,40
	Varianzen sind nicht gleich			5,18	933	,000	0,29	0,06	0,18	0,40
werden nicht ungerecht behandelt	Varianzen sind gleich	0,14	,713	1,63	929	,104	0,09	0,06	-0,02	0,20
	Varianzen sind nicht gleich			1,63	929	,104	0,09	0,06	-0,02	0,20
erreichen ihre Ziele	Varianzen sind gleich	10,51	,001	0,98	942	,326	0,05	0,05	-0,05	0,14
	Varianzen sind nicht gleich			0,98	925	,325	0,05	0,05	-0,05	0,14
werden verstanden	Varianzen sind gleich	3,05	,081	-3,11	937	,002	-0,16	0,05	-0,27	-0,06
	Varianzen sind nicht gleich			-3,11	920	,002	-0,16	0,05	-0,27	-0,06

### ***T-Test: Verhalten von Jugendlichen nach Geschlecht***

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Stdfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
rede mit anderen	Varianzen sind gleich	2,38	,123	-5,82	942	,000	-0,28	0,05	-0,37	-0,18
	Varianzen sind nicht gleich			-5,82	925	,000	-0,28	0,05	-0,37	-0,18
kämpfe mit meinen Gegnern	Varianzen sind gleich	4,71	,030	8,02	936	,000	0,45	0,06	0,34	0,57
	Varianzen sind nicht gleich			8,02	923	,000	0,45	0,06	0,34	0,57
kenne die Lösung vorher	Varianzen sind gleich	12,28	,000	6,57	929	,000	0,32	0,05	0,23	0,42
	Varianzen sind nicht gleich			6,58	913	,000	0,32	0,05	0,23	0,42
finde einen Mittelweg	Varianzen sind gleich	5,21	,023	0,55	937	,581	0,02	0,04	-0,06	0,11
	Varianzen sind nicht gleich			0,55	923	,581	0,02	0,04	-0,06	0,11
höre auch auf andere	Varianzen sind gleich	5,82	,016	-2,21	939	,027	-0,10	0,05	-0,20	-0,01
	Varianzen sind nicht gleich			-2,21	934	,027	-0,10	0,05	-0,20	-0,01
regle alles sofort	Varianzen sind gleich	1,87	,171	3,58	935	,000	0,19	0,05	0,09	0,30
	Varianzen sind nicht gleich			3,58	935	,000	0,19	0,05	0,09	0,30
tue was die anderen wollen	Varianzen sind gleich	5,67	,017	0,53	933	,597	0,03	0,05	-0,07	0,13
	Varianzen sind nicht gleich			0,53	923	,597	0,03	0,05	-0,07	0,13
sage laut meine Meinung	Varianzen sind gleich	4,59	,032	-0,04	940	,970	0,00	0,06	-0,11	0,11
	Varianzen sind nicht gleich			-0,04	936	,970	0,00	0,06	-0,11	0,11
bin schlauer als andere	Varianzen sind gleich	24,78	,000	7,91	930	,000	0,39	0,05	0,29	0,48
	Varianzen sind nicht gleich			7,91	930	,000	0,39	0,05	0,29	0,48
haue auf den Tisch	Varianzen sind gleich	11,46	,001	7,69	936	,000	0,46	0,06	0,34	0,58
	Varianzen sind nicht gleich			7,69	932	,000	0,46	0,06	0,34	0,58
mach meine Feinde fertig	Varianzen sind gleich	9,13	,003	8,58	934	,000	0,51	0,06	0,40	0,63
	Varianzen sind nicht gleich			8,58	929	,000	0,51	0,06	0,40	0,63
kann gut zuhören	Varianzen sind gleich	6,03	,014	-7,97	935	,000	-0,37	0,05	-0,46	-0,28
	Varianzen sind nicht gleich			-7,97	921	,000	-0,37	0,05	-0,46	-0,28
nehme Rücksicht auf andere	Varianzen sind gleich	0,14	,710	-5,32	935	,000	-0,25	0,05	-0,34	-0,15
	Varianzen sind nicht gleich			-5,32	914	,000	-0,25	0,05	-0,34	-0,16
setze mich durch	Varianzen sind gleich	1,11	,293	1,44	935	,151	0,07	0,05	-0,03	0,17
	Varianzen sind nicht gleich			1,44	926	,151	0,07	0,05	-0,03	0,17
schlage zu	Varianzen sind gleich	0,27	,606	8,88	938	,000	0,50	0,06	0,39	0,60
	Varianzen sind nicht gleich			8,89	918	,000	0,50	0,06	0,39	0,60

### T-Test: Verhalten von Helden nach Geschlecht

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Stdfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
reden mit anderen	Varianzen sind gleich	2,64	,104	-8,40	931	,000	-0,42	0,05	-0,52	-0,32
	Varianzen sind nicht gleich			-8,42	907	,000	-0,42	0,05	-0,52	-0,32
kämpfen mit ihren Gegnern	Varianzen sind gleich	9,88	,002	10,20	938	,000	0,64	0,06	0,52	0,76
	Varianzen sind nicht gleich			10,19	932	,000	0,64	0,06	0,52	0,76
kennen die Lösung vorher	Varianzen sind gleich	6,89	,009	3,29	935	,001	0,18	0,06	0,07	0,30
	Varianzen sind nicht gleich			3,29	934	,001	0,18	0,06	0,07	0,30
finden einen Mittelweg	Varianzen sind gleich	8,12	,004	-0,48	929	,634	-0,02	0,05	-0,11	0,07
	Varianzen sind nicht gleich			-0,48	919	,634	-0,02	0,05	-0,11	0,07
hören auch auf andere	Varianzen sind gleich	47,43	,000	-5,22	936	,000	-0,29	0,06	-0,40	-0,18
	Varianzen sind nicht gleich			-5,23	908	,000	-0,29	0,05	-0,40	-0,18
regeln alles sofort	Varianzen sind gleich	0,32	,571	2,10	937	,036	0,12	0,06	0,01	0,23
	Varianzen sind nicht gleich			2,10	935	,036	0,12	0,06	0,01	0,23
tun was die anderen wollen	Varianzen sind gleich	15,65	,000	0,85	931	,395	0,04	0,05	-0,06	0,15
	Varianzen sind nicht gleich			0,85	918	,394	0,04	0,05	-0,06	0,15
sagen laut ihre Meinung	Varianzen sind gleich	4,98	,026	-1,10	939	,271	-0,06	0,05	-0,17	0,05
	Varianzen sind nicht gleich			-1,10	931	,270	-0,06	0,05	-0,17	0,05
sind schlauer als andere	Varianzen sind gleich	0,96	,327	5,73	931	,000	0,31	0,05	0,21	0,42
	Varianzen sind nicht gleich			5,73	931	,000	0,31	0,05	0,21	0,42
hauen auf den Tisch	Varianzen sind gleich	20,29	,000	7,82	932	,000	0,49	0,06	0,37	0,61
	Varianzen sind nicht gleich			7,83	929	,000	0,49	0,06	0,37	0,61
machen ihre Feinde fertig	Varianzen sind gleich	10,10	,002	11,81	935	,000	0,76	0,06	0,63	0,89
	Varianzen sind nicht gleich			11,80	928	,000	0,76	0,06	0,63	0,89
können gut zuhören	Varianzen sind gleich	10,60	,001	-9,13	933	,000	-0,49	0,05	-0,60	-0,39
	Varianzen sind nicht gleich			-9,15	904	,000	-0,49	0,05	-0,60	-0,39
nehmen Rücksicht auf andere	Varianzen sind gleich	29,46	,000	-8,51	935	,000	-0,49	0,06	-0,60	-0,37
	Varianzen sind nicht gleich			-8,54	874	,000	-0,49	0,06	-0,60	-0,37
setzen sich durch	Varianzen sind gleich	3,51	,061	3,97	936	,000	0,18	0,05	0,09	0,27
	Varianzen sind nicht gleich			3,97	936	,000	0,18	0,05	0,09	0,27
schlagen zu	Varianzen sind gleich	19,67	,000	13,69	937	,000	0,91	0,07	0,78	1,04
	Varianzen sind nicht gleich			13,71	933	,000	0,91	0,07	0,78	1,04



### T-Test: Erlebnisse von Jugendlichen nach Geschlecht

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Stdfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
bin einsam	Varianzen sind gleich	3,93	,048	0,11	932	,913	0,01	0,05	-0,09	0,10
	Varianzen sind nicht gleich			0,11	925	,913	0,01	0,05	-0,09	0,10
werde von anderen betrogen	Varianzen sind gleich	0,00	,991	1,34	928	,179	0,07	0,05	-0,03	0,17
	Varianzen sind nicht gleich			1,34	928	,179	0,07	0,05	-0,03	0,17
werde gelobt	Varianzen sind gleich	2,26	,133	0,89	928	,375	0,04	0,04	-0,04	0,12
	Varianzen sind nicht gleich			0,89	915	,375	0,04	0,04	-0,04	0,12
bin am Ende glücklich	Varianzen sind gleich	1,92	,167	-0,59	928	,556	-0,03	0,05	-0,12	0,06
	Varianzen sind nicht gleich			-0,59	921	,555	-0,03	0,05	-0,12	0,06
werde zu Unrecht bestraft	Varianzen sind gleich	31,16	,000	4,30	929	,000	0,22	0,05	0,12	0,32
	Varianzen sind nicht gleich			4,30	914	,000	0,22	0,05	0,12	0,32
bin der strahlende Sieger	Varianzen sind gleich	11,51	,001	5,71	926	,000	0,28	0,05	0,18	0,37
	Varianzen sind nicht gleich			5,72	924	,000	0,28	0,05	0,18	0,37
verliere die Geduld	Varianzen sind gleich	5,95	,015	2,19	931	,029	0,12	0,05	0,01	0,22
	Varianzen sind nicht gleich			2,19	928	,028	0,12	0,05	0,01	0,22
habe viele böse Feinde	Varianzen sind gleich	4,67	,031	4,15	926	,000	0,22	0,05	0,12	0,32
	Varianzen sind nicht gleich			4,16	888	,000	0,22	0,05	0,12	0,32
bemühe mich vergeblich	Varianzen sind gleich	0,06	,808	-1,94	922	,053	-0,10	0,05	-0,20	0,00
	Varianzen sind nicht gleich			-1,94	921	,052	-0,10	0,05	-0,20	0,00
erlebe Ungerechtigkeit	Varianzen sind gleich	0,71	,399	-0,19	926	,852	-0,01	0,05	-0,11	0,09
	Varianzen sind nicht gleich			-0,19	926	,852	-0,01	0,05	-0,11	0,09
kann nichts richtig machen	Varianzen sind gleich	4,02	,045	0,27	923	,784	0,01	0,05	-0,08	0,11
	Varianzen sind nicht gleich			0,27	915	,784	0,01	0,05	-0,08	0,11
decke Gemeinheiten auf	Varianzen sind gleich	0,65	,419	0,41	925	,684	0,02	0,05	-0,08	0,13
	Varianzen sind nicht gleich			0,41	924	,684	0,02	0,05	-0,08	0,13
werde von anderen verfolgt	Varianzen sind gleich	7,34	,007	6,10	924	,000	0,31	0,05	0,21	0,41
	Varianzen sind nicht gleich			6,12	877	,000	0,31	0,05	0,21	0,41
muss mich rechtfertigen	Varianzen sind gleich	1,40	,237	0,95	917	,342	0,05	0,06	-0,06	0,16
	Varianzen sind nicht gleich			0,95	917	,342	0,05	0,06	-0,06	0,16
muss andere belehren	Varianzen sind gleich	14,04	,000	3,40	920	,001	0,19	0,05	0,08	0,29
	Varianzen sind nicht gleich			3,40	916	,001	0,19	0,05	0,08	0,29
stehe vor großen Aufgaben	Varianzen sind gleich	6,89	,009	1,59	927	,113	0,09	0,06	-0,02	0,20
	Varianzen sind nicht gleich			1,59	923	,113	0,09	0,06	-0,02	0,20

### T-Test: Erlebnisse von Helden nach Geschlecht

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
									95% Konfidenzintervall der Differenz	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Stdfehler der Differenz	Untere	Obere
sind einsam	Varianzen sind gleich	9,23	,002	1,08	928	,281	0,06	0,06	-0,05	0,17
	Varianzen sind nicht gleich			1,08	924	,280	0,06	0,06	-0,05	0,17
werden von anderen betrogen	Varianzen sind gleich	6,90	,009	0,89	926	,373	0,05	0,06	-0,06	0,16
	Varianzen sind nicht gleich			0,89	923	,372	0,05	0,06	-0,06	0,16
werden gelobt	Varianzen sind gleich	15,92	,000	-1,34	930	,180	-0,07	0,05	-0,17	0,03
	Varianzen sind nicht gleich			-1,34	921	,179	-0,07	0,05	-0,17	0,03
sind am Ende glücklich	Varianzen sind gleich	2,66	,103	-0,94	930	,349	-0,05	0,05	-0,15	0,05
	Varianzen sind nicht gleich			-0,94	924	,349	-0,05	0,05	-0,15	0,05
werden zu Unrecht bestraft	Varianzen sind gleich	16,26	,000	2,97	927	,003	0,16	0,06	0,06	0,27
	Varianzen sind nicht gleich			2,97	919	,003	0,16	0,06	0,06	0,27
sind die strahlenden Sieger	Varianzen sind gleich	0,60	,439	5,72	930	,000	0,32	0,06	0,21	0,43
	Varianzen sind nicht gleich			5,72	929	,000	0,32	0,06	0,21	0,43
verlieren die Geduld	Varianzen sind gleich	11,79	,001	3,96	924	,000	0,23	0,06	0,11	0,34
	Varianzen sind nicht gleich			3,96	922	,000	0,23	0,06	0,11	0,34
haben viele böse Feinde	Varianzen sind gleich	2,01	,156	10,67	931	,000	0,69	0,06	0,56	0,81
	Varianzen sind nicht gleich			10,67	930	,000	0,69	0,06	0,56	0,81
bemühen sich vergeblich	Varianzen sind gleich	0,71	,401	0,22	923	,826	0,01	0,06	-0,10	0,13
	Varianzen sind nicht gleich			0,22	923	,826	0,01	0,06	-0,10	0,13
erleben Ungerechtigkeit	Varianzen sind gleich	0,02	,898	2,14	928	,033	0,12	0,06	0,01	0,23
	Varianzen sind nicht gleich			2,14	928	,033	0,12	0,06	0,01	0,23
können nichts richtig machen	Varianzen sind gleich	10,59	,001	0,41	922	,685	0,02	0,06	-0,09	0,13
	Varianzen sind nicht gleich			0,41	913	,685	0,02	0,06	-0,09	0,13
decken Gemeinheiten auf	Varianzen sind gleich	2,96	,086	4,10	924	,000	0,24	0,06	0,12	0,35
	Varianzen sind nicht gleich			4,10	924	,000	0,24	0,06	0,12	0,35
werden von anderen verfolgt	Varianzen sind gleich	5,29	,022	6,87	926	,000	0,42	0,06	0,30	0,54
	Varianzen sind nicht gleich			6,87	923	,000	0,42	0,06	0,30	0,54
müssen sich rechtfertigen	Varianzen sind gleich	0,34	,558	2,25	918	,025	0,13	0,06	0,02	0,24
	Varianzen sind nicht gleich			2,25	917	,025	0,13	0,06	0,02	0,24
müssen andere belehren	Varianzen sind gleich	0,46	,496	2,26	923	,024	0,13	0,06	0,02	0,24
	Varianzen sind nicht gleich			2,26	923	,024	0,13	0,06	0,02	0,24
stehen vor großen Aufgaben	Varianzen sind gleich	1,14	,286	3,17	929	,002	0,17	0,05	0,07	0,28
	Varianzen sind nicht gleich			3,17	927	,002	0,17	0,05	0,07	0,28

### T-Test: Gedanken von Jugendlichen nach Geschlecht

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Stdfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
Ich bin der/die Beste	Varianzen sind gleich	7,64	,006	6,72	904	,000	0,34	0,05	0,24	0,44
	Varianzen sind nicht gleich			6,73	895	,000	0,34	0,05	0,24	0,44
Man hat es nicht leicht	Varianzen sind gleich	1,67	,197	-0,53	905	,594	-0,03	0,05	-0,12	0,07
	Varianzen sind nicht gleich			-0,53	905	,594	-0,03	0,05	-0,12	0,07
Vertraue niemandem	Varianzen sind gleich	3,48	,062	2,32	900	,020	0,13	0,06	0,02	0,24
	Varianzen sind nicht gleich			2,32	896	,020	0,13	0,06	0,02	0,24
Ich muss andern helfen	Varianzen sind gleich	6,10	,014	-4,13	906	,000	-0,21	0,05	-0,31	-0,11
	Varianzen sind nicht gleich			-4,14	903	,000	-0,21	0,05	-0,31	-0,11
Man ist nie gut genug	Varianzen sind gleich	1,80	,180	3,84	898	,000	0,23	0,06	0,11	0,34
	Varianzen sind nicht gleich			3,84	897	,000	0,23	0,06	0,11	0,34
Es gibt für alles eine Lösung	Varianzen sind gleich	0,69	,405	-1,04	902	,299	-0,05	0,05	-0,15	0,05
	Varianzen sind nicht gleich			-1,04	902	,299	-0,05	0,05	-0,15	0,05
Man muss Leistung bringen	Varianzen sind gleich	0,00	,950	3,54	898	,000	0,19	0,05	0,09	0,30
	Varianzen sind nicht gleich			3,54	891	,000	0,19	0,05	0,09	0,30
Zuneigung muss man sich verdienen	Varianzen sind gleich	6,51	,011	3,43	895	,001	0,20	0,06	0,09	0,32
	Varianzen sind nicht gleich			3,43	891	,001	0,20	0,06	0,09	0,32
Schwäche zeigen wird bestraft	Varianzen sind gleich	13,47	,000	8,43	896	,000	0,51	0,06	0,39	0,63
	Varianzen sind nicht gleich			8,45	881	,000	0,51	0,06	0,39	0,63
Jeder kann ein Feind sein	Varianzen sind gleich	13,65	,000	2,22	893	,027	0,14	0,06	0,02	0,27
	Varianzen sind nicht gleich			2,22	886	,027	0,14	0,06	0,02	0,27
Ich bin in Ordnung	Varianzen sind gleich	0,00	,979	0,02	899	,981	0,00	0,05	-0,09	0,09
	Varianzen sind nicht gleich			0,02	898	,981	0,00	0,05	-0,09	0,09
Man ist immer allein	Varianzen sind gleich	6,91	,009	3,23	893	,001	0,18	0,06	0,07	0,29
	Varianzen sind nicht gleich			3,24	863	,001	0,18	0,06	0,07	0,29
Ich weiß, was ich tun muss	Varianzen sind gleich	0,00	,998	0,76	889	,447	0,04	0,05	-0,06	0,14
	Varianzen sind nicht gleich			0,76	889	,446	0,04	0,05	-0,06	0,14
Ich kann nicht tun, was ich will	Varianzen sind gleich	14,81	,000	3,44	894	,001	0,20	0,06	0,08	0,31
	Varianzen sind nicht gleich			3,44	888	,001	0,20	0,06	0,08	0,31
Man weiß nie, was passiert	Varianzen sind gleich	2,43	,119	0,79	895	,432	0,04	0,06	-0,07	0,15
	Varianzen sind nicht gleich			0,79	894	,431	0,04	0,06	-0,07	0,15
Ich weiß, wozu ich hier bin	Varianzen sind gleich	1,38	,241	0,91	894	,366	0,05	0,06	-0,06	0,17
	Varianzen sind nicht gleich			0,91	893	,366	0,05	0,06	-0,06	0,17

### T-Test: Gedanken von Helden nach Geschlecht

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Stdfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
Ich bin der/die Beste	Varianzen sind gleich	23,23	,000	5,41	915	,000	0,30	0,05	0,19	0,41
	Varianzen sind nicht gleich			5,42	907	,000	0,30	0,05	0,19	0,41
Man hat es nicht leicht	Varianzen sind gleich	11,05	,001	-0,93	916	,355	-0,04	0,05	-0,14	0,05
	Varianzen sind nicht gleich			-0,93	903	,354	-0,04	0,05	-0,14	0,05
Vertraue niemandem	Varianzen sind gleich	15,47	,000	4,49	911	,000	0,26	0,06	0,14	0,37
	Varianzen sind nicht gleich			4,49	910	,000	0,26	0,06	0,14	0,37
Ich muss andern helfen	Varianzen sind gleich	5,75	,017	-3,27	914	,001	-0,18	0,06	-0,29	-0,07
	Varianzen sind nicht gleich			-3,29	892	,001	-0,18	0,06	-0,29	-0,07
Man ist nie gut genug	Varianzen sind gleich	0,86	,355	2,51	909	,012	0,14	0,06	0,03	0,26
	Varianzen sind nicht gleich			2,51	908	,012	0,14	0,06	0,03	0,26
Es gibt für alles eine Lösung	Varianzen sind gleich	5,06	,025	-1,80	910	,072	-0,09	0,05	-0,19	0,01
	Varianzen sind nicht gleich			-1,81	901	,071	-0,09	0,05	-0,19	0,01
Man muss Leistung bringen	Varianzen sind gleich	15,16	,000	3,27	907	,001	0,17	0,05	0,07	0,27
	Varianzen sind nicht gleich			3,27	905	,001	0,17	0,05	0,07	0,27
Zuneigung muss man sich verdienen	Varianzen sind gleich	0,12	,725	2,37	905	,018	0,13	0,05	0,02	0,24
	Varianzen sind nicht gleich			2,37	904	,018	0,13	0,05	0,02	0,24
Schwäche zeigen wird bestraft	Varianzen sind gleich	38,80	,000	7,68	900	,000	0,47	0,06	0,35	0,59
	Varianzen sind nicht gleich			7,71	890	,000	0,47	0,06	0,35	0,59
Jeder kann ein Feind sein	Varianzen sind gleich	1,92	,166	4,62	903	,000	0,30	0,06	0,17	0,43
	Varianzen sind nicht gleich			4,62	903	,000	0,30	0,06	0,17	0,43
Ich bin in Ordnung	Varianzen sind gleich	1,88	,170	-2,93	904	,003	-0,15	0,05	-0,24	-0,05
	Varianzen sind nicht gleich			-2,94	900	,003	-0,15	0,05	-0,24	-0,05
Man ist immer allein	Varianzen sind gleich	3,66	,056	4,25	901	,000	0,24	0,06	0,13	0,35
	Varianzen sind nicht gleich			4,27	878	,000	0,24	0,06	0,13	0,35
Ich weiß, was ich tun muss	Varianzen sind gleich	15,85	,000	-0,31	896	,760	-0,02	0,05	-0,12	0,09
	Varianzen sind nicht gleich			-0,31	871	,759	-0,02	0,05	-0,12	0,09
Ich kann nicht tun, was ich will	Varianzen sind gleich	0,33	,568	0,69	900	,490	0,04	0,06	-0,07	0,15
	Varianzen sind nicht gleich			0,69	899	,490	0,04	0,06	-0,07	0,15
Man weiß nie, was passiert	Varianzen sind gleich	0,12	,732	0,56	897	,579	0,03	0,06	-0,08	0,14
	Varianzen sind nicht gleich			0,56	896	,579	0,03	0,06	-0,08	0,14
Ich weiß, wozu ich hier bin	Varianzen sind gleich	1,62	,203	-0,44	902	,659	-0,02	0,05	-0,13	0,08
	Varianzen sind nicht gleich			-0,44	898	,659	-0,02	0,05	-0,13	0,08

### ***T-Test: Lebenspositionen von Jugendlichen nach Geschlecht***

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Stdfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
Ich bin ok - die anderen sind ok	Varianzen sind gleich	3,16	,076	2,74	907	,006	0,09	0,03	0,03	0,16
	Varianzen sind nicht gleich			2,74	896	,006	0,09	0,03	0,03	0,16
Ich bin ok - die anderen sind nicht ok	Varianzen sind gleich	2,29	,131	2,25	910	,024	0,08	0,03	0,01	0,14
	Varianzen sind nicht gleich			2,26	906	,024	0,08	0,03	0,01	0,14
Ich bin nicht ok - die anderen sind ok	Varianzen sind gleich	7,62	,006	-0,45	905	,656	-0,01	0,03	-0,08	0,05
	Varianzen sind nicht gleich			-0,45	884	,656	-0,01	0,03	-0,08	0,05
Ich bin nicht ok - die anderen sind nicht ok	Varianzen sind gleich	5,92	,015	5,36	913	,000	0,20	0,04	0,13	0,27
	Varianzen sind nicht gleich			5,36	891	,000	0,20	0,04	0,13	0,27

### ***T-Test: Lebenspositionen von Helden nach Geschlecht***

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Stdfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
Ich bin ok - die anderen sind ok	Varianzen sind gleich	4,12	,043	2,3	919	,022	0,09	0,04	0,01	0,16
	Varianzen sind nicht gleich			2,3	915	,021	0,09	0,04	0,01	0,16
Ich bin ok - die anderen sind nicht ok	Varianzen sind gleich	0,23	,635	4,89	913	,000	0,18	0,04	0,11	0,25
	Varianzen sind nicht gleich			4,89	913	,000	0,18	0,04	0,11	0,25
Ich bin nicht ok - die anderen sind ok	Varianzen sind gleich	6,27	,012	1,41	908	,160	0,05	0,04	-0,02	0,12
	Varianzen sind nicht gleich			1,41	899	,160	0,05	0,04	-0,02	0,12
Ich bin nicht ok - die anderen sind nicht ok	Varianzen sind gleich	0,13	,720	7,95	915	,000	0,33	0,04	0,25	0,41
	Varianzen sind nicht gleich			7,95	915	,000	0,33	0,04	0,25	0,41

### ***T-Test: Einschärfungen von Jugendlichen nach Geschlecht***

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Stdfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
Bin ich in Ordnung, wie ich bin?	Varianzen sind gleich	0,01	,919	2,38	881	,018	0,08	0,03	0,01	0,14
	Varianzen sind nicht gleich			2,38	881	,018	0,08	0,03	0,01	0,14
Darf ich durch mein Handeln Bedeutung erlangen?	Varianzen sind gleich	0,40	,526	1,16	883	,248	0,04	0,03	-0,03	0,11
	Varianzen sind nicht gleich			1,16	883	,247	0,04	0,03	-0,03	0,11
Darf ich mit anderen in Kontakt gehen?	Varianzen sind gleich	1,98	,159	4,06	874	,000	0,16	0,04	0,08	0,24
	Varianzen sind nicht gleich			4,06	868	,000	0,16	0,04	0,08	0,24
Darf ich bestimmte Eigenschaften (Stärken) haben?	Varianzen sind gleich	6,80	,009	6,22	868	,000	0,17	0,03	0,12	0,23
	Varianzen sind nicht gleich			6,23	863	,000	0,17	0,03	0,12	0,23

### ***T-Test: Einschärfungen von Helden nach Geschlecht***

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Stdfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
Bin ich in Ordnung, wie ich bin?	Varianzen sind gleich	6,30	,012	0,41	888	,681	0,01	0,03	-0,05	0,08
	Varianzen sind nicht gleich			0,41	870	,680	0,01	0,03	-0,05	0,08
Darf ich durch mein Handeln Bedeutung erlangen?	Varianzen sind gleich	4,76	,029	-0,57	892	,566	-0,02	0,03	-0,09	0,05
	Varianzen sind nicht gleich			-0,58	875	,565	-0,02	0,03	-0,09	0,05
Darf ich mit anderen in Kontakt gehen?	Varianzen sind gleich	2,91	,088	6,03	888	,000	0,23	0,04	0,16	0,31
	Varianzen sind nicht gleich			6,04	884	,000	0,23	0,04	0,16	0,31
Darf ich bestimmte Eigenschaften (Stärken) haben?	Varianzen sind gleich	1,50	,221	6,23	876	,000	0,17	0,03	0,12	0,23
	Varianzen sind nicht gleich			6,24	876	,000	0,17	0,03	0,12	0,22

### T-Test: Antreiber von Jugendlichen nach Geschlecht

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Stdfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
Antreiber Sei stark!	Varianzen sind gleich	3,17	,076	9,06	926	,000	0,37	0,04	0,29	0,45
	Varianzen sind nicht gleich			9,06	923	,000	0,37	0,04	0,29	0,45
Antreiber Sei stark!_2	Varianzen sind gleich	3,43	,065	7,49	926	,000	0,32	0,04	0,24	0,41
	Varianzen sind nicht gleich			7,49	924	,000	0,32	0,04	0,24	0,41
Antreiber Sei perfekt!	Varianzen sind gleich	2,88	,090	7,26	918	,000	0,26	0,04	0,19	0,32
	Varianzen sind nicht gleich			7,27	917	,000	0,26	0,04	0,19	0,32
Antreiber Streng Dich an!	Varianzen sind gleich	0,89	,345	2,04	929	,042	0,06	0,03	0,00	0,12
	Varianzen sind nicht gleich			2,04	916	,042	0,06	0,03	0,00	0,12
Antreiber Sei gefällig!	Varianzen sind gleich	10,19	,001	-5,25	919	,000	-0,17	0,03	-0,24	-0,11
	Varianzen sind nicht gleich			-5,24	878	,000	-0,17	0,03	-0,24	-0,11
Antreiber Beeil Dich!	Varianzen sind gleich	1,87	,171	3,58	935	,000	0,19	0,05	0,09	0,30
	Varianzen sind nicht gleich			3,58	935	,000	0,19	0,05	0,09	0,30

### T-Test: Antreiber von Helden nach Geschlecht

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Stdfehler der Differenz	95% Konfidenzintervall der Differenz	
									Untere	Obere
Antreiber_stark_Helden	Varianzen sind gleich	1,74	,188	12,16	923	,000	0,53	0,04	0,45	0,62
	Varianzen sind nicht gleich			12,16	921	,000	0,53	0,04	0,45	0,62
Antreiber_stark_2_Helden	Varianzen sind gleich	1,00	,317	9,25	928	,000	0,40	0,04	0,32	0,49
	Varianzen sind nicht gleich			9,25	927	,000	0,40	0,04	0,32	0,49
Antreiber_perfekt_Helden	Varianzen sind gleich	1,23	,268	6,07	922	,000	0,23	0,04	0,16	0,31
	Varianzen sind nicht gleich			6,07	922	,000	0,23	0,04	0,16	0,31
Antreiber_gefällig_Helden	Varianzen sind gleich	36,27	,000	-7,69	923	,000	-0,29	0,04	-0,37	-0,22
	Varianzen sind nicht gleich			-7,70	857	,000	-0,29	0,04	-0,37	-0,22
Antreiber_beeilen_Helden	Varianzen sind gleich	0,32	,571	2,10	937	,036	0,12	0,06	0,01	0,23
	Varianzen sind nicht gleich			2,10	935	,036	0,12	0,06	0,01	0,23
Antreiber_anstrengen_Helden	Varianzen sind gleich	3,70	,055	2,03	921	,043	0,07	0,03	0,00	0,14
	Varianzen sind nicht gleich			2,03	907	,042	0,07	0,03	0,00	0,14

### Korrelationen zu Persönlichkeitstypen und Problemlösungstypen

	Pearson Korrelation	Sig. (2- seitig)	N
Problemlöstyp_s_Ju_num - Problemlöstyp_s_Helden_nu m	0,36	,000	889
Problemlöstyp_a_Ju_num - Problemlöstyp_a_Helden_nu m	0,35	,000	882
Variante_a_b - Variante_a_b_Helden	0,34	,000	900
Problemlösverhalt_a_ju - Problemlösverhalt_a_Hel	0,28	,000	894
Problemlösverhalt_s_ju - Problemlösverhalt_s_Hel	0,31	0,00	895

### T-Tests zu den Persönlichkeitsvariablen von Jugendlichen und Helden

Gepaarte Differenzen	Mittelwert	Standardab- weichung	Standardfehler des Mittelwertes	Konfidenzintervall 95 %		T	df	Signifikanz (zweiseitig)
				Untere	Obere			
Persönlichkeitstyp - Persönlichkeitstyp Helden	0,35	0,54	0,02	0,31	0,39	19,15	870	0,000
Variante - Variante Helden	0,05	0,59	0,02	0,01	0,09	2,58	899	0,010
Problemlöstyp selbstbezogen - Problemlöstyp_s selbstbezogen Helden	0,05	0,61	0,02	0,01	0,09	2,58	888	0,010
Problemlöstyp bezogen auf andere - Problemlöstyp bezogen auf andere Helden	0,10	0,60	0,02	-0,03	0,05	0,65	881	0,518
Problemlösverhalten selbstbezogen - Problemlösverhalten selbstbezogen Helden	0,38	0,56	0,02	0,34	0,42	20,44	894	0,000
Problemlösverhalten bezogen auf andere - Problemlösverhalten bezogen auf andere Helden	-0,05	0,52	0,02	-0,09	-0,02	-3,08	893	0,002



### ***T-Tests zu den Persönlichkeitsvariablen von Jugendlichen und Helden nach Geschlecht***

		Levene-Test der Varianzgleichheit		T-Test für die Mittelwertgleichheit						
									95% Konfidenzintervall der Differenz	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-seitig)	Mittlere Differenz	Stdfehler der Differenz	Untere	Obere
Persönlichkeitstyp	Varianzen sind gleich	4,65	,031	-5,05	893	,000	-0,17	0,03	-0,23	-0,10
	Varianzen sind nicht gleich			-5,04	893	,000	-0,17	0,03	-0,23	-0,10
Persönlichkeitstyp Helden	Varianzen sind gleich	127,66	,000	-5,49	910	,000	-0,15	0,03	-0,20	-0,09
	Varianzen sind nicht gleich			-5,46	842	,000	-0,15	0,03	-0,20	-0,09
Beziehungstyp	Varianzen sind gleich	9,37	,002	-1,77	919	,077	-0,05	0,03	-0,11	0,01
	Varianzen sind nicht gleich			-1,77	889	,077	-0,05	0,03	-0,11	0,01
Beziehungstyp Helden	Varianzen sind gleich	15,39	,000	-5,84	914	,000	-0,21	0,04	-0,28	-0,14
	Varianzen sind nicht gleich			-5,84	867	,000	-0,21	0,04	-0,28	-0,14
Problemlösungstyp selbstbezogen	Varianzen sind gleich	6,81	,009	4,75	907	,000	0,15	0,03	0,09	0,21
	Varianzen sind nicht gleich			4,74	889	,000	0,15	0,03	0,09	0,21
Problemlösungstyp selbstbezogen Helden	Varianzen sind gleich	16,08	,000	0,66	921	,511	0,03	0,04	-0,05	0,10
	Varianzen sind nicht gleich			0,66	884	,511	0,03	0,04	-0,05	0,10
Problemlösungstyp bezogen auf andere	Varianzen sind gleich	9,94	,002	1,69	908	,091	0,05	0,03	-0,01	0,11
	Varianzen sind nicht gleich			1,70	896	,090	0,05	0,03	-0,01	0,11
Problemlösungstyp bezogen auf andere Helden	Varianzen sind gleich	19,66	,000	-2,62	910	,009	-0,10	0,04	-0,17	-0,02
	Varianzen sind nicht gleich			-2,62	856	,009	-0,10	0,04	-0,17	-0,02
Problemlösungsverhalten bezogen auf andere	Varianzen sind gleich	76,49	,000	4,24	915	,000	0,09	0,02	0,05	0,13
	Varianzen sind nicht gleich			4,22	814	,000	0,09	0,02	0,05	0,13
Problemlösungsverhalten bezogen auf andere Helden	Varianzen sind gleich	192,67	,000	6,50	913	,000	0,16	0,02	0,11	0,21
	Varianzen sind nicht gleich			6,50	805	,000	0,16	0,02	0,11	0,21
Problemlösungsverhalten selbstbezogen	Varianzen sind gleich	46,40	,000	-7,70	909	,000	-0,25	0,03	-0,31	-0,18
	Varianzen sind nicht gleich			-7,70	907	,000	-0,25	0,03	-0,31	-0,18
Problemlösungsverhalten selbstbezogen Helden	Varianzen sind gleich	358,34	,000	-9,13	917	,000	-0,25	0,03	-0,31	-0,20
	Varianzen sind nicht gleich			-9,12	820	,000	-0,25	0,03	-0,31	-0,20

## Varianzanalyse: Stärken der Jugendlichen nach Schultyp

		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
stark sein	Zwischen Gruppen	5,72	2	2,86	4,92	,007
	Innerhalb Gruppen	541,45	932	0,58		
	Gesamt	547,17	934			
Probleme lösen	Zwischen Gruppen	0,54	2	0,27	0,52	,596
	Innerhalb Gruppen	486,77	939	0,52		
	Gesamt	487,30	941			
anderen helfen	Zwischen Gruppen	0,02	2	0,01	0,02	,978
	Innerhalb Gruppen	489,16	941	0,52		
	Gesamt	489,19	943			
mich durchsetzen	Zwischen Gruppen	0,57	2	0,29	0,46	,634
	Innerhalb Gruppen	591,67	942	0,63		
	Gesamt	592,25	944			
intelligent sein	Zwischen Gruppen	15,41	2	7,70	13,78	,000
	Innerhalb Gruppen	524,39	938	0,56		
	Gesamt	539,79	940			
Grenzen überwinden	Zwischen Gruppen	0,56	2	0,28	0,41	,664
	Innerhalb Gruppen	632,60	932	0,68		
	Gesamt	633,16	934			
schwierige Situationen meistern	Zwischen Gruppen	0,09	2	0,04	0,07	,928
	Innerhalb Gruppen	540,05	939	0,58		
	Gesamt	540,14	941			
andere für mich begeistern und auf sie zugehen	Zwischen Gruppen	0,15	2	0,07	0,11	,900
	Innerhalb Gruppen	658,97	934	0,71		
	Gesamt	659,12	936			
mich anpassen	Zwischen Gruppen	0,39	2	0,19	0,31	,731
	Innerhalb Gruppen	583,10	938	0,62		
	Gesamt	583,49	940			
mit anderen verhandeln und Zugeständnisse machen	Zwischen Gruppen	2,35	2	1,18	1,75	,175
	Innerhalb Gruppen	629,22	935	0,67		
	Gesamt	631,57	937			
andere übertreffen	Zwischen Gruppen	0,08	2	0,04	0,05	,950
	Innerhalb Gruppen	686,11	930	0,74		
	Gesamt	686,18	932			
sicher sein	Zwischen Gruppen	0,22	2	0,11	0,18	,834
	Innerhalb Gruppen	581,11	938	0,62		
	Gesamt	581,34	940			
mir selbst vertrauen	Zwischen Gruppen	0,28	2	0,14	0,22	,806
	Innerhalb Gruppen	618,87	940	0,66		
	Gesamt	619,15	942			
andere lenken	Zwischen Gruppen	0,49	2	0,25	0,35	,706
	Innerhalb Gruppen	660,28	929	0,71		
	Gesamt	660,78	931			

Posthoc-Mehrfachvergleiche (Tamhane)					
Item	Schultyp	Schultyp	Mittelwertdifferenz	Standardabweichung	Sig.
stark sein	Hauptschule	Realschule	-.124	.062	.129
		Gymnasium	-.184*	.061	.007
	Realschule	Hauptschule	.124	.062	.129
		Gymnasium	-.060	.061	.688
	Gymnasium	Hauptschule	.184*	.061	.007
		Realschule	.060	.061	.688
intelligent sein	Hauptschule	Realschule	.148*	.060	.043
		Gymnasium	.307*	.059	.000
	Realschule	Hauptschule	-.148*	.060	.043
		Gymnasium	.159*	.059	.022
	Gymnasium	Hauptschule	-.307*	.059	.000
		Realschule	-.159*	.059	.022
			*signifikant		

## Varianzanalyse: Stärken der Helden nach Schultyp

		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
ihre Stärke	Zwischen Gruppen	8,57	2	4,29	4,74	,009
	Innerhalb Gruppen	849,55	939	0,90		
	Gesamt	858,12	941			
wie sie Probleme lösen	Zwischen Gruppen	0,07	2	0,03	0,04	,956
	Innerhalb Gruppen	703,75	943	0,75		
	Gesamt	703,81	945			
wie sie anderen helfen	Zwischen Gruppen	0,14	2	0,07	0,09	,917
	Innerhalb Gruppen	760,04	940	0,81		
	Gesamt	760,18	942			
dass sie sich durchsetzen	Zwischen Gruppen	0,74	2	0,37	0,50	,605
	Innerhalb Gruppen	690,67	936	0,74		
	Gesamt	691,41	938			
ihre Intelligenz	Zwischen Gruppen	5,90	2	2,95	3,46	,032
	Innerhalb Gruppen	796,87	936	0,85		
	Gesamt	802,77	938			
dass sie Grenzen überwinden	Zwischen Gruppen	0,65	2	0,32	0,37	,692
	Innerhalb Gruppen	825,53	936	0,88		
	Gesamt	826,18	938			
wie sie schwierige Situationen meistern	Zwischen Gruppen	0,22	2	0,11	0,15	,861
	Innerhalb Gruppen	681,13	938	0,73		
	Gesamt	681,35	940			
dass andere sie mögen und auf sie zugehen	Zwischen Gruppen	1,68	2	0,84	1,01	,365
	Innerhalb Gruppen	777,68	934	0,83		
	Gesamt	779,36	936			
dass sie sich anpassen	Zwischen Gruppen	0,73	2	0,37	0,44	,646
	Innerhalb Gruppen	778,73	932	0,84		
	Gesamt	779,46	934			
wie sie mit anderen verhandeln und Zugeständnisse machen	Zwischen Gruppen	1,58	2	0,79	0,96	,382
	Innerhalb Gruppen	763,28	930	0,82		
	Gesamt	764,86	932			
dass sie andere übertreffen	Zwischen Gruppen	2,91	2	1,45	1,44	,238
	Innerhalb Gruppen	938,85	929	1,01		
	Gesamt	941,75	931			
wie sicher sie sind	Zwischen Gruppen	0,01	2	0,01	0,01	,993
	Innerhalb Gruppen	813,22	931	0,87		
	Gesamt	813,23	933			
wie sie sich selbst vertrauen	Zwischen Gruppen	2,66	2	1,33	1,47	,231
	Innerhalb Gruppen	849,34	937	0,91		
	Gesamt	852,00	939			
dass sie andere lenken	Zwischen Gruppen	0,50	2	0,25	0,26	,774
	Innerhalb Gruppen	910,98	932	0,98		
	Gesamt	911,48	934			

Posthoc-Mehrfachvergleiche (Tamhane)					
Item	Schultyp	Schultyp	Mittelwertdifferenz	Standardabweichung	Sig.
ihre Stärke	Hauptschule	Realschule	-.170	.076	.078
		Gymnasium	-.220*	.076	.012
	Realschule	Hauptschule	.170	.076	.078
		Gymnasium	-.051	.075	.874
	Gymnasium	Hauptschule	.220*	.076	.012
		Realschule	.051	.075	.874
ihre Intelligenz	Hauptschule	Realschule	.010	.076	.999
		Gymnasium	.170	.073	.062
	Realschule	Hauptschule	-.010	.076	.999
		Gymnasium	.160	.073	.082
	Gymnasium	Hauptschule	-.170	.073	.062
		Realschule	-.160	.073	.082
			*signifikant		

### Varianzanalyse: Eigenschaften der Jugendlichen nach Schultyp

		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
bin nett und freundlich	Zwischen Gruppen	1,18	2	0,59	1,69	,185
	Innerhalb Gruppen	329,21	942	0,35		
	Gesamt	330,40	944			
bin stark und sicher	Zwischen Gruppen	0,95	2	0,47	0,89	,412
	Innerhalb Gruppen	500,51	939	0,53		
	Gesamt	501,46	941			
bin beliebt bei allen	Zwischen Gruppen	0,02	2	0,01	0,02	,980
	Innerhalb Gruppen	501,94	928	0,54		
	Gesamt	501,96	930			
werde bewundert	Zwischen Gruppen	0,77	2	0,39	0,66	,518
	Innerhalb Gruppen	541,07	926	0,58		
	Gesamt	541,84	928			
brauche niemanden	Zwischen Gruppen	9,06	2	4,53	5,18	,006
	Innerhalb Gruppen	812,82	930	0,87		
	Gesamt	821,88	932			
weiß über alles Bescheid	Zwischen Gruppen	0,12	2	0,06	0,12	,889
	Innerhalb Gruppen	491,26	931	0,53		
	Gesamt	491,38	933			
kann mich wehren	Zwischen Gruppen	2,62	2	1,31	2,70	,068
	Innerhalb Gruppen	454,32	936	0,49		
	Gesamt	456,94	938			
habe Freunde, mit denen ich über alles reden kann	Zwischen Gruppen	0,70	2	0,35	0,58	,561
	Innerhalb Gruppen	565,26	939	0,60		
	Gesamt	565,96	941			
bin besser als andere	Zwischen Gruppen	0,50	2	0,25	0,43	,649
	Innerhalb Gruppen	539,79	932	0,58		
	Gesamt	540,29	934			
zeige anderen, wo es lang geht	Zwischen Gruppen	0,23	2	0,11	0,16	,854
	Innerhalb Gruppen	674,36	934	0,72		
	Gesamt	674,59	936			
lasse mich nicht unterkriegen	Zwischen Gruppen	3,85	2	1,93	2,98	,051
	Innerhalb Gruppen	604,04	934	0,65		
	Gesamt	607,89	936			
mache keine Fehler	Zwischen Gruppen	2,58	2	1,29	2,16	,116
	Innerhalb Gruppen	557,03	933	0,60		
	Gesamt	559,61	935			
werde nicht ungerecht behandelt	Zwischen Gruppen	7,03	2	3,51	5,16	,006
	Innerhalb Gruppen	636,40	934	0,68		
	Gesamt	643,43	936			
erreiche meine Ziele	Zwischen Gruppen	3,23	2	1,61	4,02	,018
	Innerhalb Gruppen	376,73	939	0,40		
	Gesamt	379,96	941			
werde verstanden	Zwischen Gruppen	1,19	2	0,59	1,18	,306
	Innerhalb Gruppen	468,39	936	0,50		
	Gesamt	469,57	938			

Posthoc-Mehrfachvergleiche (Tamhane)					
Item	Schultyp	Schultyp	Mittelwertdifferenz	Standardabweichung	Sig.
brauche niemanden	Hauptschule	Realschule	-.155	.078	.136
		Gymnasium	-.233*	.075	.006
	Realschule	Hauptschule	.155	.078	.136
		Gymnasium	-.078	.073	.631
	Gymnasium	Hauptschule	.233*	.075	.006
		Realschule	.078	.073	.631
werde nicht ungerecht behandelt	Hauptschule	Realschule	.109	.069	.307
		Gymnasium	.207*	.065	.005
	Realschule	Hauptschule	-.109	.069	.307
		Gymnasium	.098	.064	.336
	Gymnasium	Hauptschule	-.207*	.065	.005
		Realschule	-.098	.064	.336
erreiche meine Ziele	Hauptschule	Realschule	.117	.054	.085
		Gymnasium	.128*	.050	.033
	Realschule	Hauptschule	-.117	.054	.085
		Gymnasium	.011	.048	.994
	Gymnasium	Hauptschule	-.128*	.050	.033
		Realschule	-.011	.048	.994
			*signifikant		

### Varianzanalyse: Eigenschaften der Helden nach Schultyp

		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
sind nett und freundlich	Zwischen Gruppen	0,53	2	0,27	0,43	,649
	Innerhalb Gruppen	578,95	938	0,62		
	Gesamt	579,48	940			
sind stark und sicher	Zwischen Gruppen	0,88	2	0,44	0,72	,489
	Innerhalb Gruppen	579,18	937	0,62		
	Gesamt	580,06	939			
sind beliebt bei allen	Zwischen Gruppen	2,84	2	1,42	2,10	,123
	Innerhalb Gruppen	633,14	935	0,68		
	Gesamt	635,98	937			
werden bewundert	Zwischen Gruppen	1,26	2	0,63	0,87	,419
	Innerhalb Gruppen	676,47	934	0,72		
	Gesamt	677,73	936			
brauchen niemanden	Zwischen Gruppen	2,75	2	1,37	1,50	,225
	Innerhalb Gruppen	858,47	935	0,92		
	Gesamt	861,22	937			
wissen über alles Bescheid	Zwischen Gruppen	4,81	2	2,41	3,16	,043
	Innerhalb Gruppen	712,09	934	0,76		
	Gesamt	716,91	936			
können sich wehren	Zwischen Gruppen	1,71	2	0,86	1,43	,239
	Innerhalb Gruppen	558,32	936	0,60		
	Gesamt	560,03	938			
haben Freunde, mit denen sie über alles reden können	Zwischen Gruppen	2,88	2	1,44	1,89	,152
	Innerhalb Gruppen	711,79	931	0,76		
	Gesamt	714,67	933			
sind besser als andere	Zwischen Gruppen	5,50	2	2,75	3,15	,043
	Innerhalb Gruppen	818,06	936	0,87		
	Gesamt	823,56	938			
zeigen anderen, wo es lang geht	Zwischen Gruppen	7,76	2	3,88	3,96	,019
	Innerhalb Gruppen	911,95	932	0,98		
	Gesamt	919,70	934			
lassen sich nicht unterkriegen	Zwischen Gruppen	2,58	2	1,29	1,78	,168
	Innerhalb Gruppen	677,19	936	0,72		
	Gesamt	679,77	938			
machen keine Fehler	Zwischen Gruppen	4,64	2	2,32	3,05	,048
	Innerhalb Gruppen	711,58	935	0,76		
	Gesamt	716,22	937			
werden nicht ungerecht behandelt	Zwischen Gruppen	0,47	2	0,24	0,32	,727
	Innerhalb Gruppen	687,08	929	0,74		
	Gesamt	687,55	931			
erreichen ihre Ziele	Zwischen Gruppen	1,60	2	0,80	1,46	,233
	Innerhalb Gruppen	514,74	942	0,55		
	Gesamt	516,33	944			
werden verstanden	Zwischen Gruppen	5,76	2	2,88	4,47	,012
	Innerhalb Gruppen	603,78	937	0,64		
	Gesamt	609,55	939			

Posthoc-Mehrfachvergleiche (Tamhane)					
Item	Schultyp	Schultyp	Mittelwertdifferenz	Standardabweichung	Sig.
wissen über alles Bescheid	Hauptschule	Realschule	-.180*	.071	.034
		Gymnasium	-.081	.069	.561
	Realschule	Hauptschule	.180*	.071	.034
		Gymnasium	.099	.070	.407
	Gymnasium	Hauptschule	.081	.069	.561
		Realschule	-.099	.070	.407
sind besser als andere	Hauptschule	Realschule	-.186*	.075	.040
		Gymnasium	-.126	.073	.237
	Realschule	Hauptschule	.186*	.075	.040
		Gymnasium	.060	.076	.812
	Gymnasium	Hauptschule	.126	.073	.237
		Realschule	-.060	.076	.812
zeigen anderen, wo es lang geht	Hauptschule	Realschule	-.167	.081	.115
		Gymnasium	-.209*	.078	.023
	Realschule	Hauptschule	.167	.081	.115
		Gymnasium	-.041	.079	.936
	Gymnasium	Hauptschule	.209*	.078	.023
		Realschule	.041	.079	.936
machen keine Fehler	Hauptschule	Realschule	-.159	.073	.083
		Gymnasium	-.138	.067	.112
	Realschule	Hauptschule	.159	.073	.083
		Gymnasium	.021	.071	.988
	Gymnasium	Hauptschule	.138	.067	.112
		Realschule	-.021	.071	.988
werden verstanden	Hauptschule	Realschule	.004	.066	1.000
		Gymnasium	-.161*	.063	.032
	Realschule	Hauptschule	-.004	.066	1.000
		Gymnasium	-.165*	.064	.029
	Gymnasium	Hauptschule	.161*	.063	.032
		Realschule	.165*	.064	.029
			*signifikant		

## Varianzanalyse: Verhalten der Jugendlichen nach Schultyp

		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
rede mit anderen	Zwischen Gruppen	0,40	2	0,20	0,37	,694
	Innerhalb Gruppen	518,47	942	0,55		
	Gesamt	518,87	944			
kämpfe mit meinen Gegnern	Zwischen Gruppen	3,32	2	1,66	2,07	,127
	Innerhalb Gruppen	749,44	936	0,80		
	Gesamt	752,76	938			
kenne die Lösung vorher	Zwischen Gruppen	0,39	2	0,20	0,34	,715
	Innerhalb Gruppen	543,71	929	0,59		
	Gesamt	544,10	931			
finde einen Mittelweg	Zwischen Gruppen	5,84	2	2,92	6,39	,002
	Innerhalb Gruppen	428,36	937	0,46		
	Gesamt	434,20	939			
höre auch auf andere	Zwischen Gruppen	1,95	2	0,98	1,87	,154
	Innerhalb Gruppen	490,15	939	0,52		
	Gesamt	492,11	941			
regle alles sofort	Zwischen Gruppen	0,07	2	0,04	0,05	,948
	Innerhalb Gruppen	629,59	935	0,67		
	Gesamt	629,66	937			
tue was die anderen wollen	Zwischen Gruppen	1,79	2	0,90	1,48	,228
	Innerhalb Gruppen	564,15	933	0,60		
	Gesamt	565,94	935			
sage laut meine Meinung	Zwischen Gruppen	2,16	2	1,08	1,44	,237
	Innerhalb Gruppen	705,07	940	0,75		
	Gesamt	707,23	942			
bin schlauer als andere	Zwischen Gruppen	2,05	2	1,02	1,71	,181
	Innerhalb Gruppen	555,94	930	0,60		
	Gesamt	557,99	932			
haue auf den Tisch	Zwischen Gruppen	2,64	2	1,32	1,49	,227
	Innerhalb Gruppen	832,68	936	0,89		
	Gesamt	835,32	938			
mache meine Feinde fertig	Zwischen Gruppen	5,15	2	2,57	2,85	,058
	Innerhalb Gruppen	843,50	934	0,90		
	Gesamt	848,65	936			
kann gut zuhören	Zwischen Gruppen	1,13	2	0,56	1,05	,349
	Innerhalb Gruppen	500,19	935	0,53		
	Gesamt	501,32	937			
nehme Rücksicht auf andere	Zwischen Gruppen	0,32	2	0,16	0,31	,734
	Innerhalb Gruppen	481,32	935	0,51		
	Gesamt	481,63	937			
setze mich durch	Zwischen Gruppen	0,05	2	0,03	0,05	,954
	Innerhalb Gruppen	522,05	935	0,56		
	Gesamt	522,10	937			
schlage zu	Zwischen Gruppen	8,39	2	4,20	5,35	,005
	Innerhalb Gruppen	735,06	938	0,78		
	Gesamt	743,45	940			

Posthoc-Mehrfachvergleiche (Tamhane)					
Item	Schultyp	Schultyp	Mittelwertdifferenz	Standardabweichung	Sig.
finde einen Mittelweg	Hauptschule	Realschule	.121	.056	.092
		Gymnasium	.187*	.053	.001
	Realschule	Hauptschule	-.121	.056	.092
		Gymnasium	.067	.053	.507
	Gymnasium	Hauptschule	-.187*	.053	.001
		Realschule	-.067	.053	.507
Schlage zu	Hauptschule	Realschule	-.165	.074	.075
		Gymnasium	-.220*	.070	.005
	Realschule	Hauptschule	.165	.074	.075
		Gymnasium	-.055	.069	.816
	Gymnasium	Hauptschule	.220*	.070	.005
		Realschule	.055	.069	.816
			*signifikant		



## Varianzanalyse: Verhalten der Helden nach Schultyp

		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
reden mit anderen	Zwischen Gruppen	0,21	2	0,11	0,17	,844
	Innerhalb Gruppen	578,80	931	0,62		
	Gesamt	579,02	933			
kämpfen mit ihren Gegnern	Zwischen Gruppen	1,55	2	0,78	0,75	,471
	Innerhalb Gruppen	965,25	938	1,03		
	Gesamt	966,80	940			
kennen die Lösung vorher	Zwischen Gruppen	7,45	2	3,73	5,00	,007
	Innerhalb Gruppen	696,12	935	0,74		
	Gesamt	703,57	937			
finden einen Mittelweg	Zwischen Gruppen	0,28	2	0,14	0,27	,760
	Innerhalb Gruppen	474,80	929	0,51		
	Gesamt	475,08	931			
hören auch auf andere	Zwischen Gruppen	0,01	2	0,00	0,00	,995
	Innerhalb Gruppen	685,91	936	0,73		
	Gesamt	685,92	938			
regeln alles sofort	Zwischen Gruppen	3,61	2	1,81	2,41	,090
	Innerhalb Gruppen	701,96	937	0,75		
	Gesamt	705,57	939			
tun was die anderen wollen	Zwischen Gruppen	0,07	2	0,04	0,06	,944
	Innerhalb Gruppen	585,84	931	0,63		
	Gesamt	585,91	933			
sagen laut ihre Meinung	Zwischen Gruppen	3,75	2	1,88	2,72	,067
	Innerhalb Gruppen	648,05	939	0,69		
	Gesamt	651,80	941			
sind schlauer als andere	Zwischen Gruppen	1,28	2	0,64	0,88	,415
	Innerhalb Gruppen	676,06	931	0,73		
	Gesamt	677,34	933			
hauen auf den Tisch	Zwischen Gruppen	1,37	2	0,68	0,70	,499
	Innerhalb Gruppen	917,27	932	0,98		
	Gesamt	918,64	934			
machen ihre Feinde fertig	Zwischen Gruppen	2,22	2	1,11	1,00	,369
	Innerhalb Gruppen	1042,34	935	1,11		
	Gesamt	1044,57	937			
können gut zuhören	Zwischen Gruppen	3,28	2	1,64	2,24	,107
	Innerhalb Gruppen	682,84	933	0,73		
	Gesamt	686,12	935			
nehmen Rücksicht auf andere	Zwischen Gruppen	2,71	2	1,36	1,65	,193
	Innerhalb Gruppen	769,40	935	0,82		
	Gesamt	772,12	937			
setzen sich durch	Zwischen Gruppen	1,98	2	0,99	1,97	,140
	Innerhalb Gruppen	470,99	936	0,50		
	Gesamt	472,97	938			
schlagen zu	Zwischen Gruppen	5,53	2	2,77	2,22	,109
	Innerhalb Gruppen	1168,36	937	1,25		
	Gesamt	1173,90	939			

Posthoc-Mehrfachvergleiche (Tamhane)					
Item	Schultyp	Schultyp	Mittelwertdifferenz	Standardabweichung	Sig.
kennen die Lösung vorher	Hauptschule	Realschule	-.211*	.070	.009
		Gymnasium	-.160	.068	.056
	Realschule	Hauptschule	.211*	.070	.009
		Gymnasium	.051	.069	.844
	Gymnasium	Hauptschule	.160	.068	.056
		Realschule	-.051	.069	.844
			*signifikant		

### Varianzanalyse: Erlebnisse der Jugendlichen nach Schultyp

		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
bin einsam	Zwischen Gruppen	4,95	2	2,48	4,41	,012
	Innerhalb Gruppen	523,50	932	0,56		
	Gesamt	528,46	934			
werde von anderen betrogen	Zwischen Gruppen	0,43	2	0,22	0,37	,691
	Innerhalb Gruppen	545,44	928	0,59		
	Gesamt	545,87	930			
werde gelobt	Zwischen Gruppen	0,20	2	0,10	0,25	,778
	Innerhalb Gruppen	361,12	928	0,39		
	Gesamt	361,31	930			
bin am Ende glücklich	Zwischen Gruppen	0,87	2	0,43	0,83	,435
	Innerhalb Gruppen	482,11	928	0,52		
	Gesamt	482,97	930			
werde zu Unrecht bestraft	Zwischen Gruppen	1,54	2	0,77	1,28	,278
	Innerhalb Gruppen	559,14	929	0,60		
	Gesamt	560,68	931			
bin der strahlende Sieger	Zwischen Gruppen	0,93	2	0,47	0,83	,435
	Innerhalb Gruppen	517,69	926	0,56		
	Gesamt	518,63	928			
verliere die Geduld	Zwischen Gruppen	0,77	2	0,39	0,58	,560
	Innerhalb Gruppen	620,04	931	0,67		
	Gesamt	620,81	933			
habe viele böse Feinde	Zwischen Gruppen	5,33	2	2,66	4,03	,018
	Innerhalb Gruppen	611,81	926	0,66		
	Gesamt	617,14	928			
bemühe mich vergeblich	Zwischen Gruppen	8,82	2	4,41	7,47	,001
	Innerhalb Gruppen	544,63	922	0,59		
	Gesamt	553,45	924			
erlebe Ungerechtigkeit	Zwischen Gruppen	1,27	2	0,64	1,06	,348
	Innerhalb Gruppen	557,78	926	0,60		
	Gesamt	559,05	928			
kann nichts richtig machen	Zwischen Gruppen	3,38	2	1,69	3,12	,045
	Innerhalb Gruppen	500,10	923	0,54		
	Gesamt	503,48	925			
decke Gemeinheiten auf	Zwischen Gruppen	1,10	2	0,55	0,81	,444
	Innerhalb Gruppen	628,83	925	0,68		
	Gesamt	629,93	927			
werde von anderen verfolgt	Zwischen Gruppen	4,01	2	2,00	3,27	,039
	Innerhalb Gruppen	567,31	924	0,61		
	Gesamt	571,32	926			
muss mich rechtfertigen	Zwischen Gruppen	5,06	2	2,53	3,49	,031
	Innerhalb Gruppen	665,46	917	0,73		
	Gesamt	670,52	919			
muss andere belehren	Zwischen Gruppen	1,15	2	0,57	0,82	,439
	Innerhalb Gruppen	641,91	920	0,70		
	Gesamt	643,06	922			
stehe vor großen Aufgaben	Zwischen Gruppen	0,22	2	0,11	0,15	,862
	Innerhalb Gruppen	697,18	927	0,75		
	Gesamt	697,40	929			

Posthoc-Mehrfachvergleiche (Tamhane)					
Item	Schultyp	Schultyp	Mittelwertdifferenz	Standardabweichung	Sig.
bin einsam	Hauptschule	Realschule	-.149	.062	.050
		Gymnasium	-.157*	.060	.026
	Realschule	Hauptschule	.149	.062	.050
		Gymnasium	-.008	.058	.999
	Gymnasium	Hauptschule	.157*	.060	.026
		Realschule	.008	.058	.999
habe viele böse Feinde	Hauptschule	Realschule	-.187*	.066	.013
		Gymnasium	-.109	.067	.277
	Realschule	Hauptschule	.187*	.066	.013
		Gymnasium	.078	.063	.510
	Gymnasium	Hauptschule	.109	.067	.277
		Realschule	-.078	.063	.510
bemühe mich vergeblich	Hauptschule	Realschule	-.126	.065	.156
		Gymnasium	-.234*	.060	.000
	Realschule	Hauptschule	.126	.065	.156
		Gymnasium	-.108	.062	.222
	Gymnasium	Hauptschule	.234*	.060	.000
		Realschule	.108	.062	.222
kann nichts richtig machen	Hauptschule	Realschule	-.124	.060	.115
		Gymnasium	-.131	.059	.083
	Realschule	Hauptschule	.124	.060	.115
		Gymnasium	-.006	.058	.999
	Gymnasium	Hauptschule	.131	.059	.083
		Realschule	.006	.058	.999
werde von anderen verfolgt	Hauptschule	Realschule	-.124	.060	.115
		Gymnasium	-.131	.059	.083
	Realschule	Hauptschule	.124	.060	.115
		Gymnasium	-.006	.058	.999
	Gymnasium	Hauptschule	.131	.059	.083
		Realschule	.006	.058	.999
muss mich rechtfertigen	Hauptschule	Realschule	-.057	.071	.812
		Gymnasium	.121	.067	.205
	Realschule	Hauptschule	.057	.071	.812
		Gymnasium	.177*	.068	.029
	Gymnasium	Hauptschule	-.121	.067	.205
		Realschule	-.177*	.068	.029
			*signifikant		

### Varianzanalyse: Erlebnisse der Helden nach Schultyp

		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
sind einsam	Zwischen Gruppen	0,85	2	0,42	0,58	,560
	Innerhalb Gruppen	678,34	928	0,73		
	Gesamt	679,18	930			
werden von anderen betrogen	Zwischen Gruppen	1,84	2	0,92	1,29	,276
	Innerhalb Gruppen	660,36	926	0,71		
	Gesamt	662,20	928			
werden gelobt	Zwischen Gruppen	3,76	2	1,88	3,24	,040
	Innerhalb Gruppen	540,00	930	0,58		
	Gesamt	543,76	932			
sind am Ende glücklich	Zwischen Gruppen	1,71	2	0,86	1,44	,237
	Innerhalb Gruppen	552,23	930	0,59		
	Gesamt	553,94	932			
werden zu Unrecht bestraft	Zwischen Gruppen	2,52	2	1,26	1,74	,176
	Innerhalb Gruppen	671,78	927	0,72		
	Gesamt	674,31	929			
sind die strahlenden Sieger	Zwischen Gruppen	2,87	2	1,44	1,94	,144
	Innerhalb Gruppen	687,41	930	0,74		
	Gesamt	690,29	932			
verlieren die Geduld	Zwischen Gruppen	2,04	2	1,02	1,33	,266
	Innerhalb Gruppen	711,36	924	0,77		
	Gesamt	713,40	926			
haben viele böse Feinde	Zwischen Gruppen	3,34	2	1,67	1,54	,215
	Innerhalb Gruppen	1008,12	931	1,08		
	Gesamt	1011,46	933			
bemühen sich vergeblich	Zwischen Gruppen	9,82	2	4,91	6,14	,002
	Innerhalb Gruppen	737,55	923	0,80		
	Gesamt	747,37	925			
erleben Ungerechtigkeit	Zwischen Gruppen	2,45	2	1,23	1,67	,188
	Innerhalb Gruppen	680,36	928	0,73		
	Gesamt	682,81	930			
können nichts richtig machen	Zwischen Gruppen	1,39	2	0,70	0,96	,382
	Innerhalb Gruppen	665,32	922	0,72		
	Gesamt	666,71	924			
decken Gemeinheiten auf	Zwischen Gruppen	8,52	2	4,26	5,36	,005
	Innerhalb Gruppen	733,67	924	0,79		
	Gesamt	742,19	926			
werden von anderen verfolgt	Zwischen Gruppen	0,82	2	0,41	0,45	,639
	Innerhalb Gruppen	848,52	926	0,92		
	Gesamt	849,34	928			
müssen sich rechtfertigen	Zwischen Gruppen	1,72	2	0,86	1,16	,314
	Innerhalb Gruppen	679,71	918	0,74		
	Gesamt	681,42	920			
müssen andere belehren	Zwischen Gruppen	0,75	2	0,38	0,50	,608
	Innerhalb Gruppen	699,30	923	0,76		
	Gesamt	700,06	925			
stehen vor großen Aufgaben	Zwischen Gruppen	1,70	2	0,85	1,24	,290
	Innerhalb Gruppen	634,99	929	0,68		
	Gesamt	636,68	931			

Posthoc-Mehrfachvergleiche (Tamhane)					
Item	Schultyp	Schultyp	Mittelwertdifferenz	Standardabweichung	Sig.
werden gelobt	Hauptschule	Realschule	.072	.063	.584
		Gymnasium	-.084	.061	.430
	Realschule	Hauptschule	-.072	.063	.584
		Gymnasium	-.156 <sup>*</sup>	.059	.025
	Gymnasium	Hauptschule	.084	.061	.430
		Realschule	.156 <sup>*</sup>	.059	.025
bemühen sich vergeblich	Hauptschule	Realschule	-.186 <sup>*</sup>	.073	.034
		Gymnasium	-.237 <sup>*</sup>	.071	.003
	Realschule	Hauptschule	.186 <sup>*</sup>	.073	.034
		Gymnasium	-.051	.072	.857
	Gymnasium	Hauptschule	.237 <sup>*</sup>	.071	.003
		Realschule	.051	.072	.857
decken Gemeinheiten auf	Hauptschule	Realschule	.159	.075	.099
		Gymnasium	.225 <sup>*</sup>	.071	.005
	Realschule	Hauptschule	-.159	.075	.099
		Gymnasium	.066	.070	.721
	Gymnasium	Hauptschule	-.225 <sup>*</sup>	.071	.005
		Realschule	-.066	.070	.721
			*signifikant		

## Varianzanalyse: Gedanken der Jugendlichen nach Schultyp

		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
Ich bin der/die Beste	Zwischen Gruppen	1,50	2	0,75	1,24	,290
	Innerhalb Gruppen	545,64	904	0,60		
	Gesamt	547,14	906			
Man hat es nicht leicht	Zwischen Gruppen	1,69	2	0,84	1,57	,208
	Innerhalb Gruppen	485,36	905	0,54		
	Gesamt	487,04	907			
Vertraue niemandem	Zwischen Gruppen	7,28	2	3,64	5,27	,005
	Innerhalb Gruppen	621,67	900	0,69		
	Gesamt	628,95	902			
Ich muss andern helfen	Zwischen Gruppen	0,44	2	0,22	0,36	,699
	Innerhalb Gruppen	555,98	906	0,61		
	Gesamt	556,42	908			
Man ist nie gut genug	Zwischen Gruppen	3,97	2	1,99	2,48	,084
	Innerhalb Gruppen	719,12	898	0,80		
	Gesamt	723,09	900			
Es gibt für alles eine Lösung	Zwischen Gruppen	1,77	2	0,89	1,50	,224
	Innerhalb Gruppen	532,92	902	0,59		
	Gesamt	534,69	904			
Man muss Leistung bringen	Zwischen Gruppen	0,71	2	0,36	0,53	,588
	Innerhalb Gruppen	602,93	898	0,67		
	Gesamt	603,64	900			
Zuneigung muss man sich verdienen	Zwischen Gruppen	2,71	2	1,35	1,71	,181
	Innerhalb Gruppen	707,84	895	0,79		
	Gesamt	710,54	897			
Schwäche zeigen wird bestraft	Zwischen Gruppen	1,20	2	0,60	0,68	,506
	Innerhalb Gruppen	789,10	896	0,88		
	Gesamt	790,30	898			
Jeder kann ein Feind sein	Zwischen Gruppen	13,48	2	6,74	7,24	,001
	Innerhalb Gruppen	830,66	893	0,93		
	Gesamt	844,14	895			
Ich bin in Ordnung	Zwischen Gruppen	1,21	2	0,61	1,23	,293
	Innerhalb Gruppen	444,15	899	0,49		
	Gesamt	445,36	901			
Man ist immer allein	Zwischen Gruppen	6,48	2	3,24	4,73	,009
	Innerhalb Gruppen	612,13	893	0,69		
	Gesamt	618,61	895			
Ich weiß, was ich tun muss	Zwischen Gruppen	3,16	2	1,58	2,72	,066
	Innerhalb Gruppen	516,72	889	0,58		
	Gesamt	519,89	891			
Ich kann nicht tun, was ich will	Zwischen Gruppen	4,01	2	2,00	2,69	,068
	Innerhalb Gruppen	664,38	894	0,74		
	Gesamt	668,39	896			
Man weiß nie, was passiert	Zwischen Gruppen	5,79	2	2,89	4,12	,017
	Innerhalb Gruppen	628,53	895	0,70		
	Gesamt	634,32	897			
Ich weiß, wozu ich hier bin	Zwischen Gruppen	4,03	2	2,01	2,71	,067
	Innerhalb Gruppen	663,25	894	0,74		
	Gesamt	667,28	896			

Posthoc-Mehrfachvergleiche (Tamhane)					
Item	Schultyp	Schultyp	Mittelwertdifferenz	Standardabweichung	Sig.
Vertraue niemandem	Hauptschule	Realschule	-.156	.069	.073
		Gymnasium	-.208*	.067	.006
	Realschule	Hauptschule	.156	.069	.073
		Gymnasium	-.053	.067	.815
	Gymnasium	Hauptschule	.208*	.067	.006
		Realschule	.053	.067	.815
Jeder kann ein Feind sein	Hauptschule	Realschule	-.250*	.080	.005
		Gymnasium	-.266*	.080	.003
	Realschule	Hauptschule	.250*	.080	.005
		Gymnasium	-.015	.077	.996
	Gymnasium	Hauptschule	.266*	.080	.003
		Realschule	.015	.077	.996
Man ist immer allein	Hauptschule	Realschule	-.110	.070	.310
		Gymnasium	-.205*	.068	.008
	Realschule	Hauptschule	.110	.070	.310
		Gymnasium	-.095	.065	.373
	Gymnasium	Hauptschule	.205*	.068	.008
		Realschule	.095	.065	.373
Man weiß nie, was passiert	Hauptschule	Realschule	-.002	.071	1.000
		Gymnasium	.168*	.069	.044
	Realschule	Hauptschule	.002	.071	1.000
		Gymnasium	.170*	.065	.029
	Gymnasium	Hauptschule	-.168*	.069	.044
		Realschule	-.170*	.065	.029
			*signifikant		

### Varianzanalyse: Gedanken der Helden nach Schultyp

		Quadratsumme	df	Mittel der Quadrate	F	Sig.
Ich bin der/die Beste	Zwischen Gruppen	4,49	2	2,24	3,16	,043
	Innerhalb Gruppen	650,12	915	0,71		
	Gesamt	654,61	917			
Man hat es nicht leicht	Zwischen Gruppen	3,47	2	1,74	3,32	,036
	Innerhalb Gruppen	478,50	916	0,52		
	Gesamt	481,97	918			
Vertraue niemandem	Zwischen Gruppen	1,34	2	0,67	0,87	,418
	Innerhalb Gruppen	698,59	911	0,77		
	Gesamt	699,93	913			
Ich muss andern helfen	Zwischen Gruppen	1,35	2	0,67	0,94	,390
	Innerhalb Gruppen	652,19	914	0,71		
	Gesamt	653,53	916			
Man ist nie gut genug	Zwischen Gruppen	3,53	2	1,76	2,34	,097
	Innerhalb Gruppen	684,39	909	0,75		
	Gesamt	687,92	911			
Es gibt für alles eine Lösung	Zwischen Gruppen	0,67	2	0,34	0,58	,560
	Innerhalb Gruppen	528,99	910	0,58		
	Gesamt	529,66	912			
Man muss Leistung bringen	Zwischen Gruppen	5,39	2	2,70	4,41	,012
	Innerhalb Gruppen	554,26	907	0,61		
	Gesamt	559,65	909			
Zuneigung muss man sich verdienen	Zwischen Gruppen	5,55	2	2,78	4,07	,017
	Innerhalb Gruppen	616,78	905	0,68		
	Gesamt	622,33	907			
Schwäche zeigen wird bestraft	Zwischen Gruppen	5,55	2	2,78	3,11	,045
	Innerhalb Gruppen	804,20	900	0,89		
	Gesamt	809,75	902			
Jeder kann ein Feind sein	Zwischen Gruppen	9,06	2	4,53	4,73	,009
	Innerhalb Gruppen	864,24	903	0,96		
	Gesamt	873,30	905			
Ich bin in Ordnung	Zwischen Gruppen	2,84	2	1,42	2,52	,081
	Innerhalb Gruppen	509,15	904	0,56		
	Gesamt	512,00	906			
Man ist immer allein	Zwischen Gruppen	1,61	2	0,80	1,10	,333
	Innerhalb Gruppen	658,23	901	0,73		
	Gesamt	659,84	903			
Ich weiß, was ich tun muss	Zwischen Gruppen	3,34	2	1,67	2,77	,063
	Innerhalb Gruppen	538,88	896	0,60		
	Gesamt	542,22	898			
Ich kann nicht tun, was ich will	Zwischen Gruppen	1,51	2	0,76	1,01	,366
	Innerhalb Gruppen	675,94	900	0,75		
	Gesamt	677,46	902			
Man weiß nie, was passiert	Zwischen Gruppen	2,77	2	1,39	1,94	,144
	Innerhalb Gruppen	640,45	897	0,71		
	Gesamt	643,22	899			
Ich weiß, wozu ich hier bin	Zwischen Gruppen	2,83	2	1,41	2,14	,119
	Innerhalb Gruppen	596,66	902	0,66		
	Gesamt	599,49	904			



Posthoc-Mehrfachvergleiche (Tamhane)					
Item	Schultyp	Schultyp	Mittelwertdifferenz	Standardabweichung	Sig.
Ich bin der/die Beste	Hauptschule	Realschule	-.148	.069	.090
		Gymnasium	-.147	.068	.089
	Realschule	Hauptschule	.148	.069	.090
		Gymnasium	.001	.068	1.000
	Gymnasium	Hauptschule	.147	.068	.089
		Realschule	-.001	.068	1.000
Man hat es nicht leicht	Hauptschule	Realschule	-.010	.060	.998
		Gymnasium	.124	.058	.099
	Realschule	Hauptschule	.010	.060	.998
		Gymnasium	.133	.057	.055
	Gymnasium	Hauptschule	-.124	.058	.099
		Realschule	-.133	.057	.055
Man muss Leistung bringen	Hauptschule	Realschule	-.168*	.066	.035
		Gymnasium	-.002	.061	1.000
	Realschule	Hauptschule	.168*	.066	.035
		Gymnasium	.166*	.065	.031
	Gymnasium	Hauptschule	.002	.061	1.000
		Realschule	-.166*	.065	.031
Zuneigung muss man sich verdienen	Hauptschule	Realschule	-.174*	.070	.038
		Gymnasium	-.010	.065	.998
	Realschule	Hauptschule	.174*	.070	.038
		Gymnasium	.164*	.068	.046
	Gymnasium	Hauptschule	.010	.065	.998
		Realschule	-.164*	.068	.046
Schwäche zeigen wird bestraft	Hauptschule	Realschule	-.155	.077	.126
		Gymnasium	.027	.076	.979
	Realschule	Hauptschule	.155	.077	.126
		Gymnasium	.181	.078	.060
	Gymnasium	Hauptschule	-.027	.076	.979
		Realschule	-.181	.078	.060
Jeder kann ein Feind sein	Hauptschule	Realschule	-.244*	.080	.007
		Gymnasium	-.075	.080	.722
	Realschule	Hauptschule	.244*	.080	.007
		Gymnasium	.169	.079	.095
	Gymnasium	Hauptschule	.075	.080	.722
		Realschule	-.169	.079	.095
			*signifikant		

### ***Eidesstattliche Erklärung***

Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Arbeit ohne unzulässige Hilfe Dritter und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe. Die aus anderen Quellen direkt oder indirekt übernommenen Daten und Konzepte sind unter Angabe der Quellen gekennzeichnet. Insbesondere habe ich nicht die entgeltliche Hilfe von Vermittlungs- und Beratungsdiensten in Anspruch genommen.

Karin Lattner